



**PAPEL
DA MU-
LHER**



PAPEL DA MULHER

Uma visualização de dados sobre a
representação feminina no cinema

NAKATSU, Danielle Naomi

Papel da Mulher – Uma visualização de dados sobre a representação feminina no cinema

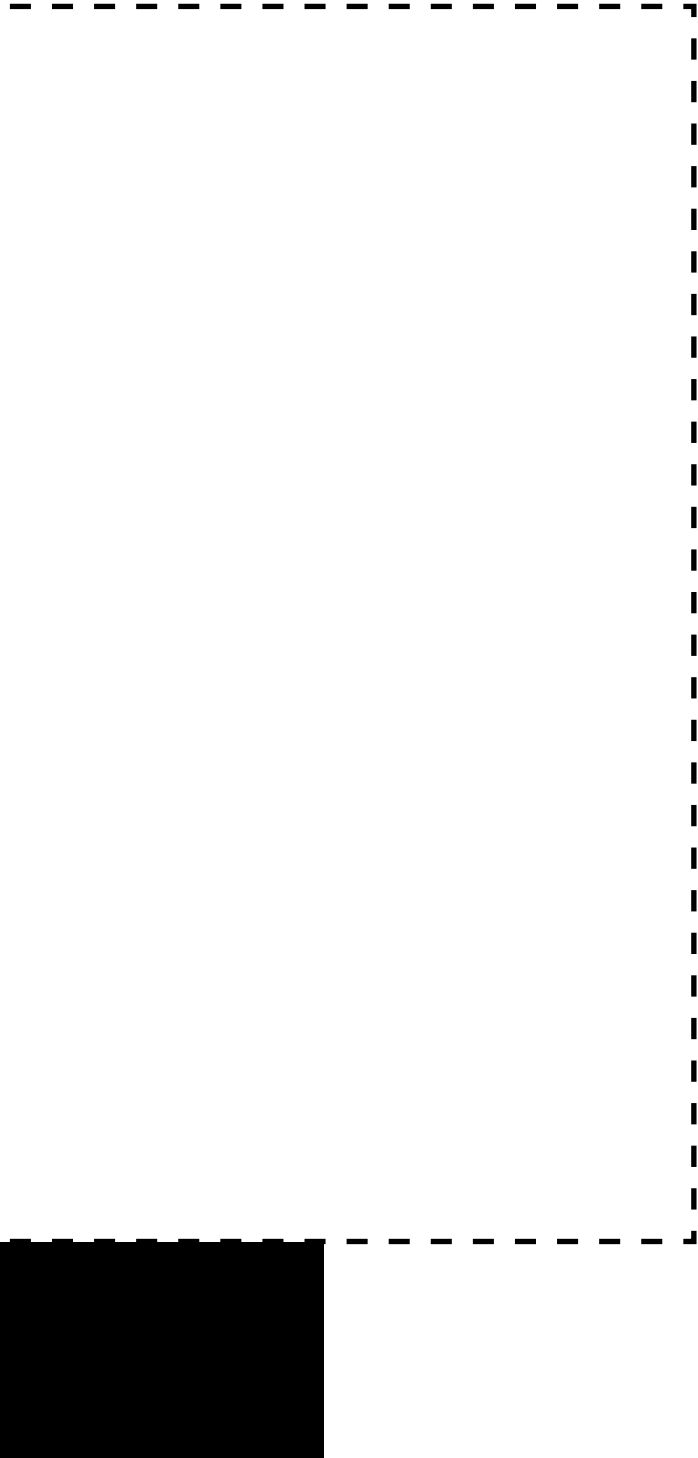
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Design) – Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação.

1. Design de informação, 2. Feminismo, 3. Cinema, 4. Representação.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Design – Habilitação em Design Gráfico.

ORIENTADORA Prof^a. Dra. Fernanda Henriques

CO-ORIENTADORA Prof^a. Dra. Larissa Pelúcio



Design for the people's
needs rather than for
their wants, or artificially
created wants, is
the only meaningful
direction now.

Victor Papanek

*Projetar para as necessidades das pessoas e não para
seus desejos, ou suas vontades artificialmente criadas,
é a única direção significativa atualmente.**



AGRADE- CIMENTOS

Como a grande maioria, este projeto é um conjunto de colaborações, que só foi possível pelas inúmeras experiências e pessoas que passaram em minha vida.

Agradeço ao meu pai, pelo exemplo de vida, incentivo constante e por sempre ter me dado todo o suporte que precisei, nos momentos que mais careci deste.

À minha irmã, por moldar muito de meu caráter, e que se tornou a melhor amiga pras besteiras e dramas da vida, e outra base de minha sustentação.

À Ferdi, que sempre fez muito mais do que cabe a uma professora, orientadora e coordenadora, frequentemente abraçando mais do que pode, e nunca desistindo da humanidade em todas as suas atitudes.

À UNESP, que me proporcionou experiências incríveis e onde conheci pessoas maravilhosas, na sala de aula (Me, Julia, Dani, Ju, Cortina), no Inky (Cássia, Mari, Victor, Caio), e em todas as outras instâncias onde me senti inserida nesta faculdade que todos ajudamos em construir e reconstruir.

Ao programa “Ciências sem Fronteiras”, que me deu a oportunidade incrível de um intercâmbio na *Parsons* em Nova Iorque, onde conheci professores e amigos excepcionais, e que me influenciaram muito para construir este trabalho.

Aos amigos de São Paulo, que sempre estiveram transformando a pessoa que sou hoje, da Mater (Jé, Dani, Pri, Tha) ao Diadema (Li, Vany, Gui, Miwa, Tia Lígia, Cássio, Moki, Nat) entre tantos outros que se mostraram presentes em diferentes tempos.

E aos professores da vida, sejam docentes de verdade ou pessoas sem tal profissão que conheci, me cativaram e me ensinaram valores que carrego comigo sempre.



RE- SUMO

O acesso à informação é uma das mais importantes formas de “empoderamento” social, uma vez que possibilita que o indivíduo se conscientize quanto sua posição dentro da sociedade e, com isso, seja capaz de reivindicar direitos de igualdade para gerar mudanças. O designer tem competências para tornar as informações acessíveis por meio de diversas ferramentas, sendo uma delas a chamada “visualização de dados” (data visualization), capaz de promover a informação de forma facilitada ao mesmo tempo que aprofundada, com a possibilidade de interpretação pelo próprio usuário. Nesse sentido, este projeto pretende desenvolver uma visualização de dados digital, o qual seja um mecanismo de comunicação para a promoção do movimento feminista. Como recorte do projeto, foram analisados os filmes premiados pelo Golden Globe Awards (Globo de Ouro) de 1995 a 2015, a fim de coletar dados quantitativos e qualitativos sobre as personagens femininas. Além da discussão da presença e representação da mulher no cinema, o objetivo primordial deste trabalho é articular o conteúdo teórico com imagens de forma a ampliar o debate e disseminar as informações. Como resultados esperados, este projeto visa utilizar o design de informação para difundir o movimento feminista, com maior proximidade cultural pelo cinema dentre as mídias de massa, e criação de um sistema de uma visualização de dados interativo.

ABS- TRACT

The access to information is one of the most important forms of social “empowerment”, since it enables the individual to become aware of his or her position within the society, and thus be able to claim equal rights to create change. The designer has the skills to make the information accessible through a variety of tools, one of which is the so-called “data visualization”, capable of promoting information in a easy and deep way, with the possibility of interpretation by its own user. Therefore, this project intends to develop a digital data visualization, which will be a communication mechanism for the promotion of the feminist movement. As a focus for the project, the films awarded by the Golden Globe Awards from 1995 to 2015 were analyzed in order to collect quantitative and qualitative data about the female characters. Besides the discussion of the presence and representation of women in the cinema, the main objective of this work is to articulate the theoretical content with visuals in order to broaden the debate and disseminate the information. As expected results, this project aims to use information design to disseminate the feminist movement, with greater cultural proximity through the cinema among the mass medias, and creation of an interactive data visualization system.



SU- MÁRIO

AGRADECIMENTOS	5
RESUMO/ABSTRACT	6
OBJETIVOS	8
METODOLOGIA	10

	INTRODUÇÃO	11	
	DESENVOLVIMENTO	14	
Eixo Teórico	1.1	Design Social	16
	1.2	Design de Informação	19
	1.3	Visualização de Dados	21
	1.4	Feminismo	25
	1.5	Feminismo e Cinema	28
	1.6	Design, Feminismo e Cinema	33
Eixo Analítico	2.1	Questionário Público sobre Representação	36
	2.2	Pesquisa das personagens	40
Eixo Projetual	3.1	Referências visuais e análise de similares	49
	3.2	Fases de Estudos	57
	3.3	Projeto Finalizado	68
	CONCLUSÃO	88	
	BIBLIOGRAFIA	92	
	LISTA DE FIGURAS	95	



OBJE- TIVOS

Geral

Este projeto tem como objetivo utilizar-se de recursos gráficos e digitais para disseminar a visão sobre a figura feminina representada no cinema, em específico filmes premiados pelo Globo de Ouro (*Golden Globe Awards*), a fim de fundamentá-la e contribuir para a percepção do movimento feminista.

Específicos

1. Articular o conteúdo teórico com o imagético de forma a ampliar o debate e disseminar informações sobre a representação feminina no cinema;
2. Promover a visualização de dados como ferramenta de comunicação;
3. Ampliar a discussão do design social e de informação como catalisador social;
4. Difundir o movimento feminista, com maior proximidade cultural da população pela utilização de mídias de massa como objeto de estudo.



Hipóteses

1. Há mulheres insatisfeitas com a representação feminina nos filmes atuais?
2. O público feminino sente conexão com as personagens do mesmo sexo?
3. O quanto as pessoas podem se interessar por feminismo e representatividade por meio da visualização de dados?
4. O uso de gráficos facilita o entendimento da mensagem?
5. As visualização de dados se configuram como uma maneira mais atrativa para chamar a atenção de uma informação?
6. O cinema é uma mídia relevante tanto em relação às questões de gênero, quanto para o debate para as mudanças sociais?



METO- DOLOGIA

Etapa Referencial	A elaboração do projeto final de visualização de dados foi realizada com as bases teórica e prática adquiridas durante o programa de intercâmbio Ciências sem Fronteiras na aula de <i>Information Design Concepts</i> (Conceitos de Design de Informação), lecionada por Julia Wargaski. Este trabalho foi baseado na seguinte metodologia:
Etapa Analítica	Levantamento e análise bibliográfica sobre: a) movimento feminista e suas conquistas sociais; b) mídias populares e suas representações femininas; c) cinema e feminismo; d) conceitos de design social; e) conceitos de design de informação e visualização de dados; f) e relações entre feminismo, cinema e design. Análise e seleção de: a) representantes cinematográficos para o fechamento do escopo da pesquisa; b) personagens femininas destes filmes; c) e pesquisa através de questionário público sobre representatividade no cinema.
Etapa Criativa	Pesquisa visual de: a) visualizações de dados; b) infográficos; c) e seus similares existentes. Criação de: a) rascunhos “thumbnails” a partir da revisão bibliográfica; b) gráficos crus dos dados coletados; c) estudos de diagramação do conteúdo em preto e branco; d) estudos de diagramação com cor; e) estudos de tipografia; f) identidade visual e logotipo do projeto. E finalização gráfica de layouts para website.
Etapa Conclusiva	Análise de todo o processo e organização de informações coletadas para produção do relatório final.



INTRO- DUÇÃO

first

things

first

O QUE O DESIGNER DEVOLVE À SOCIEDADE?

Ao longo da graduação maturei uma ânsia que tinha demasiada dificuldade em definir — uma mistura de preocupação e gratidão para com todos que passaram por mim — a qual revelou-se como uma reflexão sobre a melhor maneira de retribuir à sociedade envolvendo tudo o que adquiri ao longo da vida. Ao descobrir uma área chamada “Design Social”, todas as peças se encaixaram, ao mesmo tempo em que centenas de novas portas foram abertas.

Desde então, assumo que a contribuição direta do designer para a sociedade deve ser de importância prioritária na prática e ensino do Design como um todo, pois tal preocupação proporciona uma formação crítica aos profissionais e futuros designers. Nesse sentido, este projeto foi inspirado nos conceitos do manifesto First Things First, de Ken Garland, que versam sobre como as habilidades dos designers devem ser inseridas nos meios de comunicação em prol de uma maior consciência do mundo, da cultura, da educação e do comércio. Ainda que tal manifesto seja datado de 1964, mantém-se extremamente atual, indicando que a responsabilidade social por parte do designer

Figura 01: Manifesto “First Things First” publicado em 1964.

apesar de ser ampla, é dispersada em tanto uso em propagandas, marketing entre outros produtos do consumismo, sem se envolver com o debate das questões sociais.

Assim, este trabalho se lança sobre temas em voga e de suma relevância pessoal: o movimento feminista. Especificamente dentro deste, foca-se na discussão da representatividade da mulher, assim estudando a presença da mulher e o modo como é apresentada como personagem em roteiros cinematográficos, os quais possuem contato mais direto e constante com grandes públicos a partir de grandes canais de comunicação, apesar de considerar válida toda análise e interpretação em outras mídias.

Desta forma, o design de informação é utilizado como ferramenta neste projeto para explorar e difundir a auto-conscientização social da mulher cidadã, a partir da aquisição de dados sobre sua imagem difundida no cinema, questionando se estas imagens refletem suas realidades.

Como toda reivindicação de “minorias”, o movimento feminista ainda possui demasiada rejeição de uma grande parcela da sociedade - principalmente, dos segmentos mais conservadores, pois segundo Teles (1999)¹:

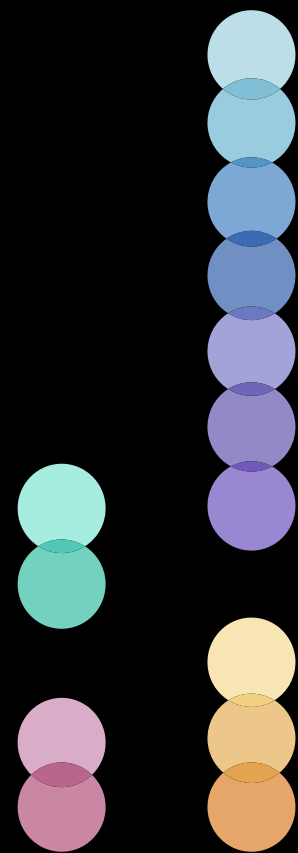
Falar da mulher (...) é assumir a postura incômoda de se indignar com o fenômeno histórico em que metade da humanidade se viu milenarmente excluída nas diferentes sociedades, no decorrer dos tempos. É acreditar que essa condição, perpetuada em dimensão universal, deva ser transformada radicalmente. É solidarizar-se com todas as mulheres que desafiaram os poderes solidamente organizados, assumindo as duras consequências que esta atitude acarretou em cada época.

Consequentemente, as mídias de comunicação vêm retratado o feminismo, e a imagem da mulher por si só, de modo deturpado desde seus primórdios. Deste modo, este projeto se propõe a utilizar dados e informações como forma de ruptura de preconceitos, principalmente no

que é divulgado sobre o movimento feminista pela grande mídia, e também como forma de “empoderar” usuários. Empoderamento, neologismo criado por Paulo Freire e tão utilizado na atualidade, é o ato ou efeito da promoção de conscientização e tomada de poder, dando o poder de decisão às pessoas ou grupos (FREITAS, 2017)².

¹ TELES, Maria Amélia de Almeida. Breve história do feminismo no Brasil.

² FREITAS, Ana. A origem do conceito de empoderamento, a palavra da vez.



DESEN- VOLVIMENTO

EIXO TEÓRICO



The personal is political.

Carol Hanisch

O pessoal é político.

DESIGN SOCIAL

Não, não deveria existir uma área (ainda recente) dentro do design cujo papel fosse discutir a responsabilidade do profissional para com a sociedade. Contudo, o histórico industrial do design criou a necessidade de tal separação, que ainda vem se ampliando e sendo discutida de forma insuficiente para a quantidade de problemas a serem resolvidos. Envolvendo não somente os propósitos de criação, mas englobando os processos e até mesmo o público destinado na execução, o design social há de ser inserido no dia-a-dia da prática profissional e acadêmica dos designers.

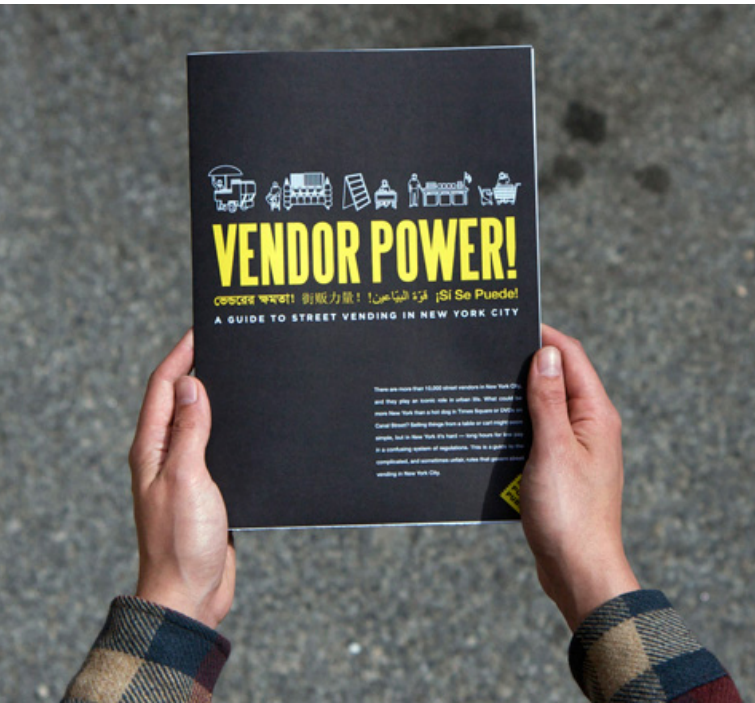
Papanek (1985)¹ foi um dos primeiros a descrever sobre a responsabilidade dos designers para com a sociedade, a fim de provocar reais mudanças. Ele publica que na era da produção em massa, onde tudo deve ser planejado e projetado, o design tornou-se um poderoso instrumento com a qual cada pessoa tem poder de configurar suas ferramentas e seu meio-ambiente (e, por extensão, a sociedade e a si mesmo). Consequentemente o famoso debate de forma versus função é colocado em questão com muitas outras variáveis.



Figura 02: Diagrama do Complexo da Função.



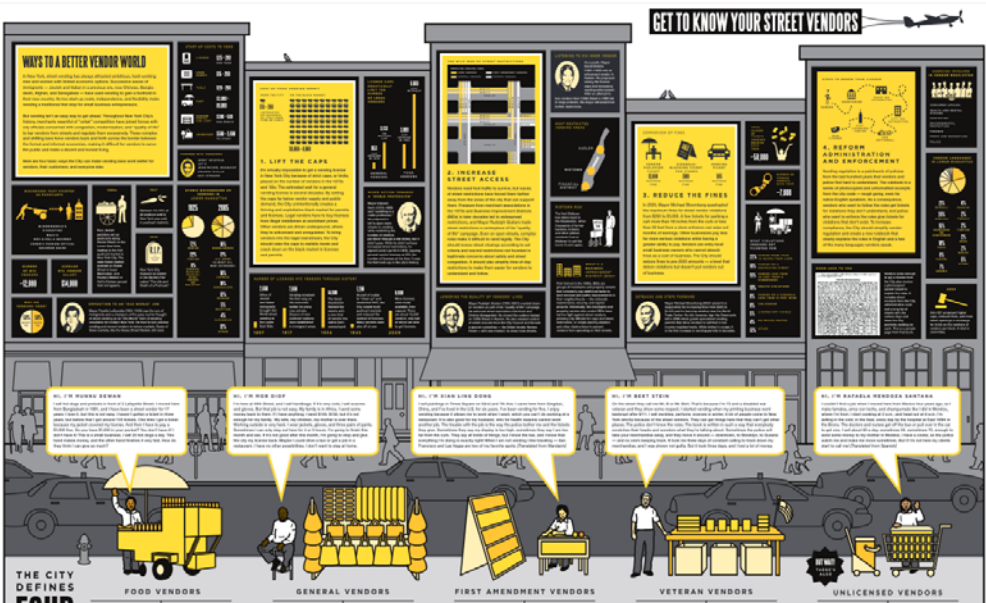
Figura 03: Receptor de rádio desenvolvido por Papanek e George Seeger.



Figuras 04 e 05: Partes do folder de direitos para vendedores de rua.

Seguindo seus conceitos, designers de variadas áreas vêm se manifestando em prol de transformações positivas e reais. Desde produtos como abrigos temporários de baixo custo para refugiados, campanhas divertidas para minimizar lixo como bitucas de cigarro e chicletes, a folders que informam vendedores

de rua sobre seus direitos traduzidos em várias línguas para seu público multiétnico, todos são propostas que anseiam por mudanças. Durante a disciplina *Design for Social Change* (Design para Mudança Social), lecionada por Andrew Shae, assimilamos a importância de analisar amplamente os problemas e todas as suas complexidades (sociais, econômicas, ambientais, e assim por diante), para desenvolver estratégias a serem praticadas para melhor resolvê-los – estratégias que não possuem fórmula ou receita infalível, mas que são fluidas e passíveis de interferências internas e externas.



1.1

Nesse sentido, este projeto se desenvolve a fim de pôr em debate a representação da mulher, questionando paradigmas tão profundamente enraizados socialmente. A desigualdade sexual vem sendo abordada em vários meios, como citada por Andreucci e Teixeira (2011)²:

As atitudes em relação às desigualdades e discriminações entre homens e mulheres só sofrerão alteração quando se instaurarem mecanismos de sensibilização e conscientização social. Lembrando-se, todavia, de que a discriminação não é uma decorrência apenas das leis, mas dos condicionamentos psicoculturais advindos de mitos e crenças enraizados na estrutura da sociedade patriarcal em que vivemos, contra os quais homens e mulheres devem se insurgir.

Com o objetivo de aumentar o alcance desta luta e assim possuir meios de desconstruir tais condicionamentos, a proposta desta discussão é considerada essencial.

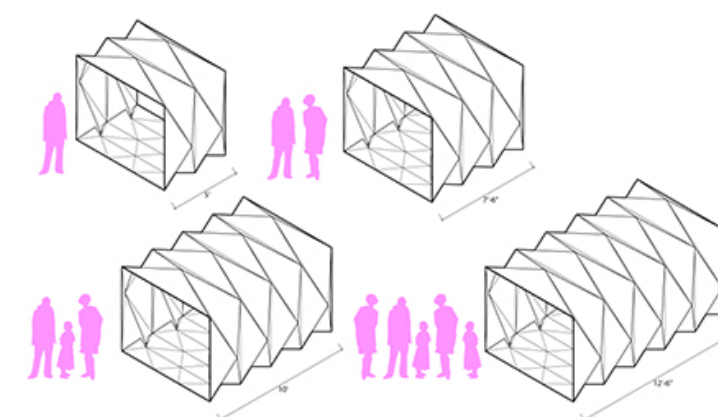
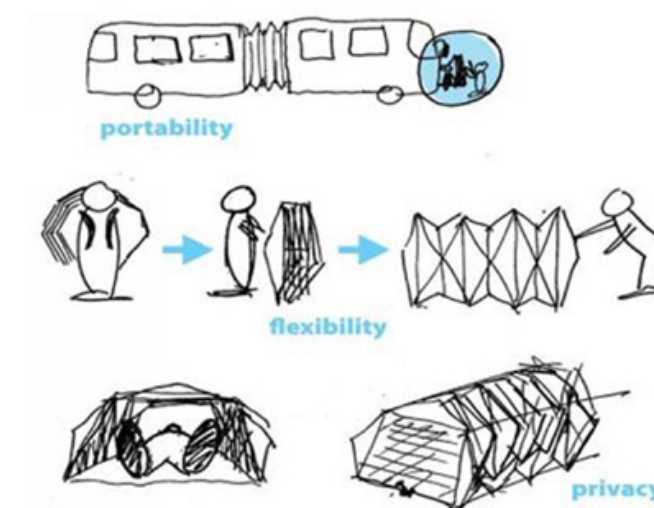
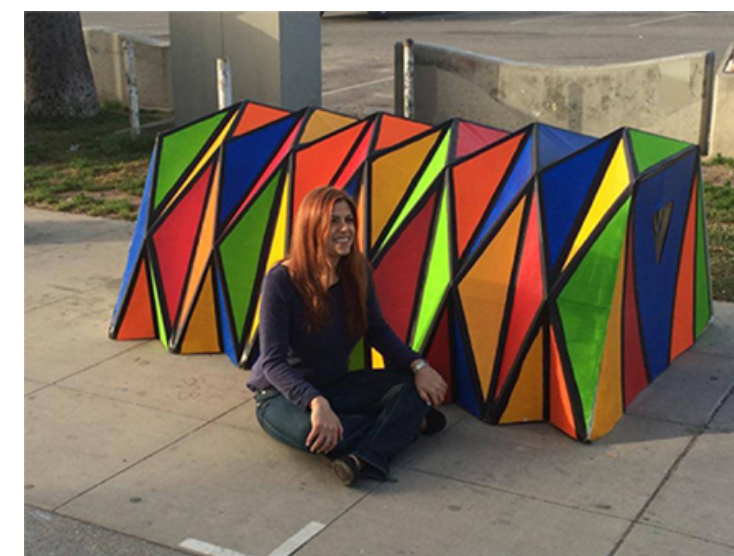


Figura 06: Projeto de Abrigo Temporário de Baixo Custo para Refugiados.

² ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan; TEIXEIRA, Carla Noura. Informação e educação para a cidadania: forças motrizes no empoderamento da mulher e concretização da igualdade de gênero no Brasil.

1.2

DESIGN DE INFORMAÇÃO



Figura 07: Cena da versão cinematográfica de “Ensaio sobre a Cegueira”.

Informação é poder. A UNESCO (2014)¹ define que acessibilidade à informação e conhecimento permite a contribuição das pessoas para o desenvolvimento social, abrindo possibilidades para escolhas melhores além de ampliar o compartilhamento de riquezas com aqueles ao seu redor.

Extremamente controverso, os meios de comunicação teoricamente existem para facilitar o exercício da alteridade, da aproximação com o outro, não para reforçar o individualismo, as indiferenças e as posturas de egocentrismos, podendo gerar a alienação social e política (FERREIRA, 1997, p. 91)². Tal controvérsia ocorre porque a teoria não se aplica para todos os meios de comunicação, tampouco em todas as localidades, uma vez que existem países que se organizam por meio de estados totalitários, com restrições à liberdade de informação.

¹ UNESCO. Relatório Global UNESCO: abrindo novos caminhos para o empoderamento: TIC no acesso à informação e ao conhecimento para as pessoas com deficiência.

² FERREIRA, A. Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição brasileira.

1.2

Além disso, também temos sociedades voltadas para o capitalismo onde grandes empresas e interesses de consumo dominam as mídias. Não há dúvidas de que “filtros” de conhecimento afetam a população como um todo, como já foi descrito em distopias clássicas como 1984 ou Fahrenheit 451, ou como ocorre em alguns países ainda hoje. Afinal, “quanto mais totalitárias e repressivas são as sociedades, mais restrito é o acesso à informação e ao conhecimento e aos direitos de expressão e opinião” (UNESCO, 2014, pág. v) ¹. Contudo, na grande maioria dos países cujo acesso à internet e a fontes alternativas de comunicação é livre, o excesso de dados também nos ofusca. É o poder de olhar tudo, mas ao mesmo tempo ver pouco: a famosa cegueira branca da alienação de José Saramago. O volume de notícias, relatos, levantamentos, entre tantos outros meios de divulgação disponível a nós é estonteante, e é neste ponto que o design possui meios de melhorar ou resolver problemas.

Como comentado na palestra “The beauty of data visualization” (A beleza da visualização de dados) por McCandless (2010) ³:

Design de informação é resolver problemas da informação. E parece que nós temos um monte de problemas da informação na nossa sociedade atualmente, desde o excesso e da saturação até a queda da confiança, ceticismo fugitivo e falta de transparência ou até mesmo falta de interesse.

Deste modo, essa área do design estuda os melhores meios para representar dados graficamente, de modo a ser o mais claro e inteligível possível ao público destinado. Segundo Moraes (2013) ⁴, essa é a arte de tornar claro aquilo que é complexo e talvez não exista nada mais urgente no atual momento histórico, já que a facilitação por meio do design resultou na inclusão das pessoas em variados campos de discussão, ao oferecê-las o mais valioso subsídio para participarem: informação.

³ MCCANDLESS, David. TED TALKS - The beauty of data visualization.

⁴ MORAES, Ary. Infografia: História e Projeto.

1.3

VISUALIZAÇÃO DE DADOS

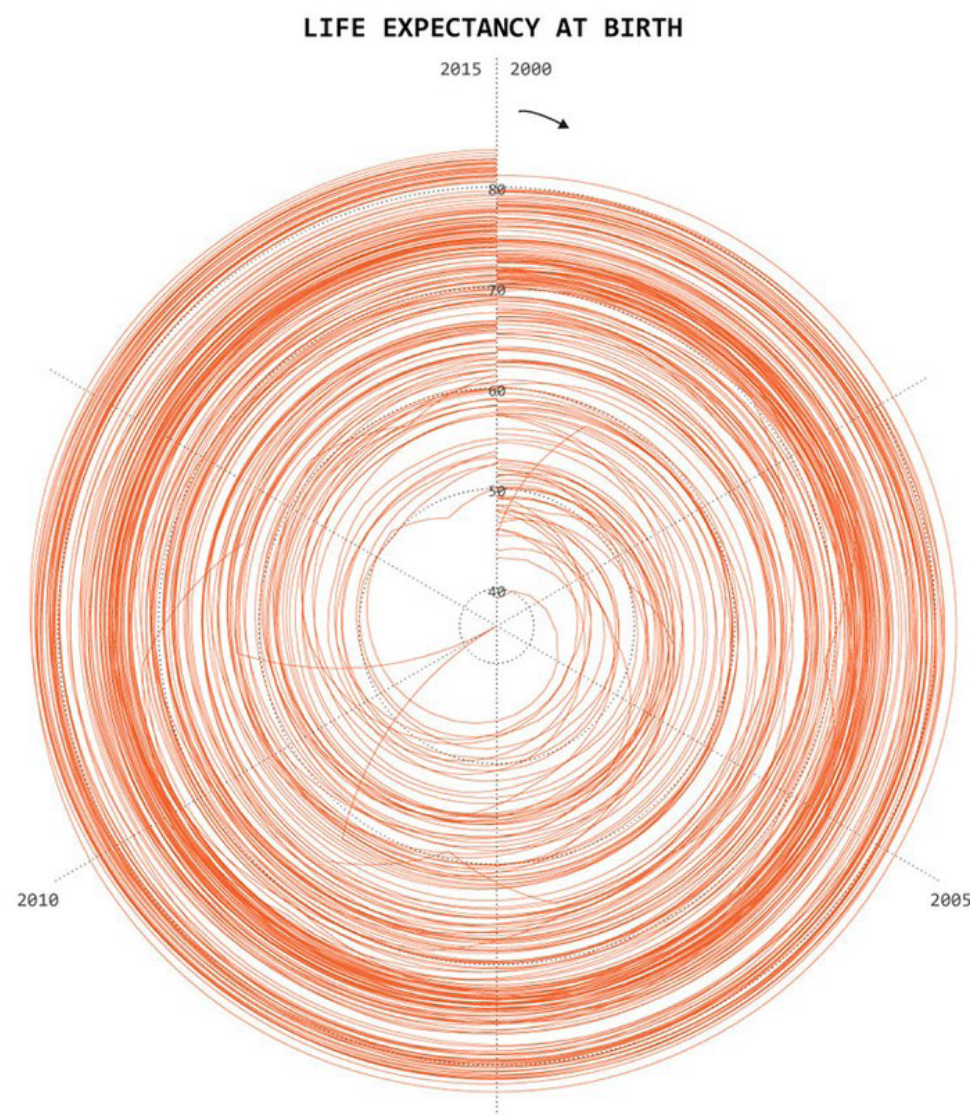


Figura 08: Visualização de dados sobre expectativa de vida por Nathan Yau.

Relatórios globais, estatísticas detalhadas e similares possuem uma grande quantidade de dados, que para leigos no assunto abordado, ou para ver rapidamente no dia-a-dia, são dados impalpáveis. Deste modo Yau (2012)¹ diz que uma das melhores formas para exploração e entendimento de um grande conjunto de informações é por meio da visualização, assim você pode frequentemente encontrar tendências, padrões e até descobrir histórias que jamais encontraria com apenas métodos estatísticos formais, e com uma velocidade muito maior.

Estatística é como contar histórias com dados. (...) Essas histórias podem ajudá-lo a resolver problemas do mundo real, como a diminuição de crimes, melhorias no sistema de saúde e deslocamento de tráfego em autoestradas, ou pode simplesmente ajudá-lo a ficar mais informado. (p. XXIII)

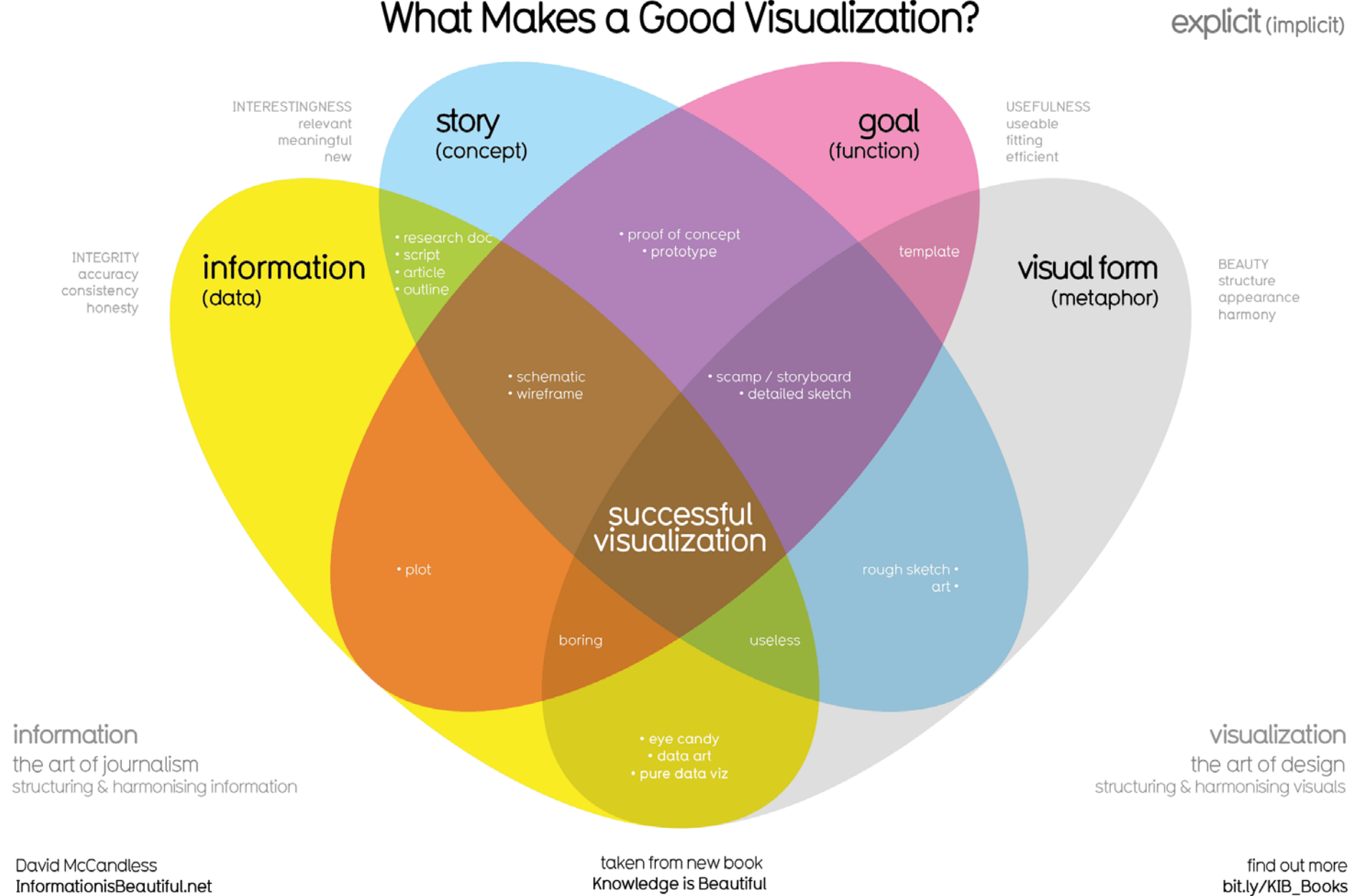
1.3

Tanto visualizações de dados como infográficos utilizam os dados como matéria prima para o design aprimorar a transmissão da informação, ainda que existam teóricos que separem as terminologias, ambas podem ser entendidas da mesma forma. De qualquer forma, é de suma importância apresentar a informação complexa, a fim do próprio usuário interpretar e fazer as ligações entre os dados, de maneira com que ele explore e faça suas próprias descobertas. Ao dar essa liberdade de interação com a informação, nenhum ponto de vista é forçado.

Segundo Tufte (2001)², tais grafismos são instrumentos de raciocínio para informação quantitativa, além de que, dentre todos os métodos para analisar e comunicar informações estatísticas, visualizações bem projetadas são geralmente os mais simples e ao mesmo tempo os mais eficazes meios de representação. Para ele, a excelência nas estatísticas gráficas deveriam seguir alguns parâmetros:

- Apresentar os dados
- Induzir o espectador a pensar mais sobre a substância do que a metodologia, o design gráfico, a tecnologia da produção gráfica, entre outros
- Evitar distorcer o que os dados têm a dizer
- Apresentar muitos números em um pequeno espaço
- Dar coerência a grandes conjuntos de dados
- Encorajar o olhar a comparar diferentes fragmentos de dados
- Revelar dados em diversos níveis de detalhes, por uma perspectiva ampla à estrutura fina
- Servir a um sensato e claro propósito: descrição, exploração, tabulação ou decoração
- Ser intimamente integrado às estatísticas e descrições verbais de um conjunto de dados

What Makes a Good Visualization?



David McCandless, fundador do website “Information is Beautiful” e autor do livro de mesmo nome, usa da metalinguagem para descrever uma boa visualização de dados, como é disposta na imagem ao lado. Para o designer, a presença destes quatro elementos (informação, história, objetivo e forma visual) são essenciais para uma visualização ideal.

Nota-se que não há receita para o formato em que serão apresentadas as informações, e sim há de existir o cuidado para estudar e desenvolver a melhor maneira para visualizar estes dados.

Moraes (2013)³ descreve sobre o papel do designer como decisivo nesse processo ao organizar informações e apresentá-las de forma a auxiliar o entendimento, trabalhando como um facilitador da ação social, ajudando a dar forma ao processo de comunicação assim como aos seus produtos. Potencializar a acessibilidade à informação pode dar conhecimento, oportunidades e empoderamento.

Figura 09: Diagrama sobre “O que faz uma boa visualização” por David McCandless.

³ MORAES, Ary. Infografia: História e Projeto.

1.3

Pelo viés da temática do trabalho (feminismo) possuir um alto índice de rejeição pelo público, pois uma grande quantidade de pessoas entendem o movimento de forma negativa, foi pensado que esta abordagem do design seria a mais adequada para o público. A visualização dá a possibilidade para o usuário absorver as informações de forma mais dinâmica e natural.

Afinal, este é apenas outro meio de contar histórias¹. Um processo de comunicação amparado pelo poder da imagem.

Lembre-se, os dados são, simplesmente, uma representação da vida real. Quando os visualiza, você vê o que está acontecendo ao seu redor e do mundo. Você pode ver o que está acontecendo em uma escala microscópica com indivíduos ou em uma muito mais ampla, abrangendo o universo. (p. 342)

E no fim, o público que decidirá se tal mensagem possui valor ou não.

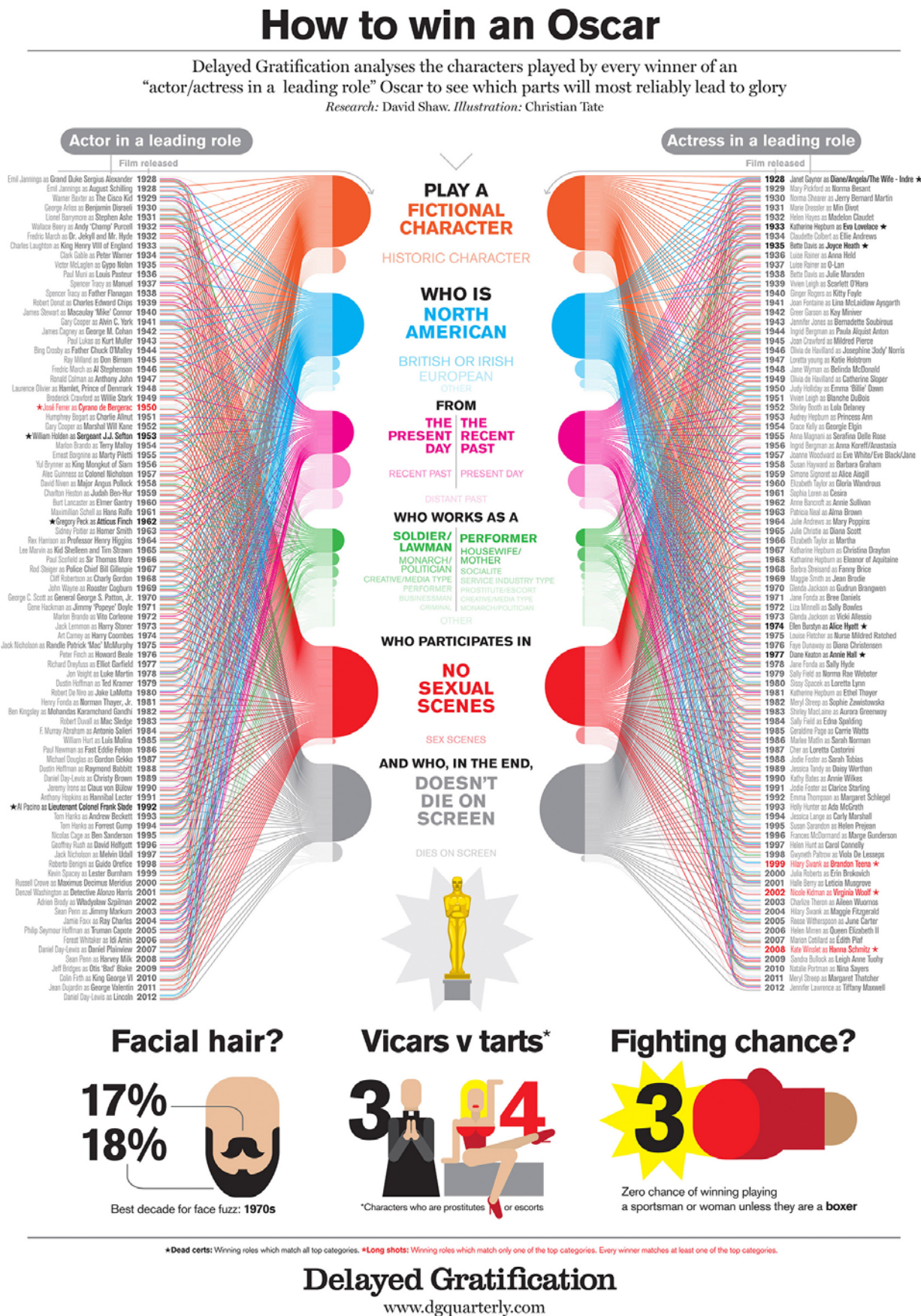


Figura 10: Visualização “Como ganhar um Oscar” por Christian Tate.

¹ YAU, Nathan. Visualize Isto: O Guia do FlowingData para Design, Visualização e Estatística.

Feminismo: movimento histórico tão discutido na multiplicidade das mídias atuais, e ainda tão cheio de pré-julgamentos e pré-concepções de todos. Por ainda sofrer com tantas determinações errôneas ou mal concebidas, este projeto objetiva trazer tal movimento à tona de modo a dar outro viés este grande público.

Neste estudo, deseja-se difundir o movimento feminista e sua relação com as mídias de comunicação, ressaltando a imagem da “mulher” que nos é apresentada no dia-a-dia, cujo impacto é de influência tremenda na vida das mulheres globalmente, as quais mesmo inconscientemente, sofrem para seguir tais padrões da aclamada “mulher ideal”.

Denominado pela primeira vez em 1837 (ironicamente, por um homem), o feminismo abrangeu inúmeros objetivos e causas em sua história, desde o sufrágio das ativistas europeias, que lutavam por direitos de voto, trabalhistas e entre outros, às reivindicações específicas de cada nacionalidade, etnia ou até religião. Ativistas e acadêmicos dividem o movimento

em três ondas, e encontramos atualmente na terceira, cunhada por Rebecca Walker com início na década de 90.

Walker (1992)¹ defende que a Terceira Onda feminista foi determinada para englobar discussões das mulheres não-brancas e também não-heterossexuais. A filósofa Judith Butler (2015)², uma das principais teóricas contemporâneas do feminismo descreve:

Por um lado, a representação funciona como termo operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos; por outro lado, a representação é a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre a categoria das mulheres. Para a teoria feminista, o desenvolvimento de uma linguagem capaz de representá-las completa ou adequadamente pareceu necessário, a fim de promover a visibilidade política das mulheres. Isso parecia obviamente importante, considerando a condição cultural difusa na qual a vida das mulheres era mal representada ou simplesmente não representada. (p. 18)

¹ Walker, Rebecca. Becoming the Third Wave.

² BUTLER, Judith. Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade.

1.4

E é nesse engajamento que a discussão sobre representatividade se insere.

O Observatório da Mulher (2012)³ realizou uma roda de conversas no Fórum Social Mundial 2009, na qual a relação da mulher representada na mídia foi definida de várias formas, como:

- IMAGEM DETURPADA
- EXPLORAÇÃO
- PRODUTO
- ESTEREÓTIPO
- OBJETO
- OPRESSÃO
- CONSUMO
- VIOLÊNCIA
- MERCADORIA
- BANALIZAÇÃO
- COISIFICAÇÃO
- DESIGUALDADE

Segundo Andreucci e Teixeira (2011)⁴, na mídia americana - que possui grande influência na mídia ocidental como todo - a questão da representatividade é discrepante: enquanto o homem é geralmente representado em uma variedade de papéis importantes como dominantes, autoritários, ativos, profissionais, eficientes, racionais e fortes; a mulher desempenha papéis secundários como subordinadas, passivas, desinteressantes, marginais, sexuais, emocionais e domésticas em sua maioria.

³ OBSERVATÓRIO DA MULHER. Mulher, mídia e controle social.

⁴ ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan Andreucci; TEIXEIRA, Carla Noura. Informação e educação para a cidadania: forças motrizes no empoderamento da mulher e concretização da igualdade de gênero no Brasil.

1.4

Consequentemente, os debates sobre a representação feminina vêm crescendo. Tal tema outrora foi pouco citado, ignorado e marginalizado por boa parte da sociedade de influência há algum tempo. Ignorância no entanto que faz sentido, pensando-se que este segmento influente é historicamente branco, masculino, heterossexual, cisgênero e de classe alta. Sendo assim, é natural que quando “minorias” (entre aspas pois, tratando-se apenas do gênero feminino, é longe de ser minoria: praticamente metade da população mundial, e maioria no Brasil) finalmente conseguem mais espaço de voz, a representação destes comece a ter relevância.

Conforme descrito por Funck e Widholzer (2005)⁵ em suas discussões sobre mídia e gênero:

(...) se entende que o discurso mediático na sociedade contemporânea é também um lugar privilegiado de representação e, por outro lado, de contestações de práticas sociais naturalizadas.

Dessa forma, é colocada em pauta a força que os meios de comunicação possuem neste debate. O questionamento que fica é: esta mulher representada, seja em quaisquer mídias, reflete as mulheres reais?

⁵ FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). Gênero em discursos da mídia.

FEMINISMO E CINEMA



Figura 11: Cena do filme
"Bonequinha de Luxo", 1961.

O cinema é estabelecido como uma das mais prósperas mídias dentro da indústria de entretenimento. A influência do cinema americano (em especial o *hollywoodiano*) no resto do mundo é gigantesca e em termos gerais, serve de referência para o público mundial.

Afirma-se que o cinema, dentre outras mídias diversas, trabalha a imagem da mulher. Neste caso, se a imagem representada é uma imagem estereotipada, pode-se dizer que a construção social da mulher, é baseada em critérios preestabelecidos socialmente e impõe uma imagem idealizada da mulher (LAURETIS, 1978)¹. A partir da segunda onda feminista da década de 70, um grupo de realizadores e teóricos britânicos desenvolveram teorias feministas do cinema, iniciando uma nova linha de pesquisa voltada às questões da representação da mulher no cinema.

Uma das teorias é descrita por Smelik (2016)², a qual relata os estereótipos impostos à mulher através da mídia, principalmente quando endereçada a uma audiência masculina, os quais a transformam em objeto e recalcam seu papel social, transformando-se em uma forma de opressão. Tal método encontra-se amplamente inserido no discurso narrativo do cinema clássico americano, o qual é uma forma de rebaixamento pelo sexo, favorecendo o patriarcado. Esta mídia, ao mesmo tempo que procura justificar a repressão social feminina, projeta a imagem da "mulher ideal" (GUBERNIKOFF, 2009)³.

¹ LAURETIS, Tereza de. Alice Doesn't: feminism, semiotics, cinema.

² SMELIK, Anneke. Feminist Film Theory.

³ GUBERNIKOFF, Giselle. A imagem: representação da mulher no cinema.

1.5

Laura Mulvey analisa o cinema clássico sob uma ótica da psicanálise, e observa como há uma escopofilia (desejo pelo olhar) neste, ao mesmo tempo integrando elementos de voyeurismo e narcisismo. Voyeurismo ao observar o 'outro' como objeto, e narcisismo através da identificação com o 'outro'. Não há dificuldade em concluir que as narrativas elaboradas fazem com que o espectador identifique-se com o personagem principal masculino (ativo e com poder, é o agente em que a ação se desenvolve).

Há três níveis no olhar cinematográfico (câmera, personagem e espectador) que objetificam a personagem feminina e a transforma em espetáculo. Consequentemente essa identificação com a personagem masculina afeta o público como todo, em que mesmo as mulheres por vezes adotam o ponto de vista masculino, na qual Mulvey relaciona com uma perspectiva Freudiana falocêntrica (centrada na superioridade masculina).

Representada como o termo negativo da diferenciação sexual, fetiche e espetáculo ou imagem especular, de qualquer maneira obscenas, a mulher é constituída como o substrato da representação, o espelho suspenso para o homem. Mas, como indivíduo histórico, a mulher espectadora também é posicionada nos clássicos do cinema como espectadora-sujeito; ela é, então, duplamente confinada à mesma representação que a invoca diretamente, atrai seu desejo, evoca seu prazer, modela sua identificação e torna-a cúmplice da produção de seu próprio "estado de mulher" (LAURETIS, 1978, p. 15)⁴.

⁴ LAURETIS, Tereza de. Alice Doesn't: feminism, semiotics, cinema.

[illegible]

- 100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%

1.5

Recentemente e felizmente, vem crescendo o número de personagens femininas que quebram os estereótipos construídos durante décadas pelo cinema hollywoodiano. Mad Max: Estrada da Fúria nos apresenta não apenas uma forte protagonista, mas um grupo de mulheres que unem-se em torno de liberdade e objetivos em comum. E não há também a típica definição das personagens em apenas uma característica (a “donzela em apuros”, a “femme fatale”, etc) como muito ocorre, elas são representadas com as complexidades que rodeiam pessoas reais. E Gizelli Sousa (2015)⁶ também ressalta outros aspectos sociais apresentados no filme:

(...)as mulheres neste futuro distópico também são encaradas como um recurso, uma mercadoria. Mas não são também neste nosso mundo atual? A distopia de alguns é a realidade outros, a escravidão sexual é uma realidade em nosso mundo, ela acontece diariamente em todos os lugares, obviamente de forma ilegal mas acontece. Está aí uma das raízes da força feminista do filme, revelar como a objetificação das mulheres está ligada à violência propagada contra elas.

Contudo, repercussões negativas também acompanham alguns destes casos. Foi o que aconteceu com o remake de Caça-Fantasmas, cujo primeiro filme era de protagonistas exclusivamente masculinos, enquanto o remake foi de protagonistas mulheres (AFP, 2016)⁷. O primeiro trailer deste se tornou o vídeo mais criticado da história do YouTube até então, com 900.000 ‘dislikes’, ao mesmo tempo que o diretor e o elenco do filme receberam ameaças de morte e comentários misóginos nas redes sociais.

O filme “Star Wars - O Despertar da Força”, da tão popular saga de ficção científica, sofreu também com ameaças de boicotes por apresentar um protagonista negro e mulher, em uma campanha racista e machista anterior ao lançamento do filme, conforme relatado por Salgado (2015)⁸.

FAZENDO GÊNERO
Como a TV e o cinema representam as mulheres



Fonte: Instituto Geena Davis/Gallup

Figura 13: Dados da pesquisa do Instituto Geena Davis, 2016.

⁶ SOUSA, Gizelli. Mad Max: Estrada da Fúria (Feminista).

⁷ AFP. ‘As caça-fantasmas’ é alvo de ataque machista ‘assustador’, diz diretor.

⁸ SALGADO, Lucas. Star Wars - O Despertar da Força sofre ameaça de boicote por ter mulher e negro como protagonistas.

1.5

O Instituto Geena Davis (2015)⁹ realizou uma pesquisa em parceria com a UERJ (Universidade do Estado do RJ) sobre cinema e sociedade no Brasil. Tal estudo contou com um total de 2002 participantes, que baseou-se em três questões primárias: 1) o que brasileiros de origens e experiências diferentes pensam sobre a influência da mídia de entretenimento no dia-a-dia; 2) o que brasileiros pensam sobre a representação de gênero e racial na mídia brasileira; e 3) se a mídia de entretenimento deveria abordar problemas sociais.

Esta pesquisa apresentou resultados extremamente relevantes para este trabalho. Em todas as questões, as respostas variam entre a) Concordo; b) Neutro; e c) Discordo. Seguem alguns dos resultados obtidos:

- 1) TV brasileira e filmes possuem muita influência em como as pessoas pensam e agem?
75% Concordam | 9% Neutros | 16% Discordam
- 2) TV brasileira e filmes mostram muita nudez e sexo?
74% Concordam | 9% Neutros | 16% Discordam
- 3) TV brasileira e filmes mostram majoritariamente homens no poder?
69% Concordam | 13% Neutros | 24% Discordam
- 4) TV e filmes mostram mulheres hiperssexualizadas?
73% Concordam | 8% Neutros | 19% Discordam
- 5) O padrão de beleza nos filmes e TV brasileira está longe da realidade das mulheres brasileiras?
63% Concordam | 11% Neutros | 27% Discordam
- 6) TV brasileira e filmes mostram majoritariamente mulheres em papéis tradicionais?
69% Concordam | 11% Neutros | 20% Discordam
- 7) O tratamento de violência doméstica em filmes e televisão pode reduzir sua prática na grande sociedade?
63% Concordam | 10% Neutros | 27% Discordam
- 8) TV brasileira e filmes deveriam incluir mais problemáticas sociais? ?
86% Concordam | 7% Neutros | 7% Discordam

Para todas as perguntas selecionadas, quanto maior o nível educacional, maior renda, e caso o entrevistado more na área urbana, maior a probabilidade deste concordar em suas respostas. Por exemplo, para a questão 1 ao lado, 81% dos entrevistados com ensino superior completo concordam que a TV e filmes possuem grande influência, comparado a 64% correspondentes que tiveram estudo até a 4ª série.

Por fim este estudo foi de imensa importância para afirmar que a discussão da representação de gênero nas grandes mídias ainda é totalmente necessária.

⁹ INSTITUTO GEENA DAVIS. Cinema and Society: Investigation on the Impact of Gender Representation in Brazilian Films.

DESIGN, FEMINISMO E CINEMA

“Papel da Mulher” é um projeto de união entre esses três pilares. Com objetivos de difundir o movimento feminista, em específico a importância da representatividade social, o design atua como mediador para traduzir informações inseridas na mídia cinematográfica, que por sua vez influencia demasiadamente na imagem da “mulher ideal”.

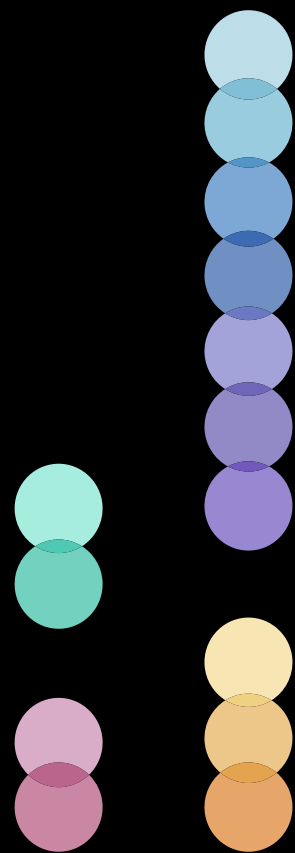
Nesta conjuntura, todos os dados adquiridos através de análises dessa “mulher ideal” poderiam ser apresentados em variadas configurações no âmbito visual, seja pelo uso de textos, fotos, vídeos, entre outros. A fim de definir o meio ideal, foi estudado o design de informação, na qual o designer age como condutor de informação (e não um artista), cujo trabalho é o de dar clareza e ordem na organização visual da informação (BRAGA, 2011)¹.

Priorizando a capacidade de apresentar tais informações com diferentes camadas, nas quais o próprio usuário tem a possibilidade de escolha sobre quais elementos ele deseja observar no momento, foi escolhida a mídia da visualização de dados: habilitando representar e simplificar graficamente dados mais complexos para serem visualizados num conjunto, sem juízo de opinião aplicados dando ao público total controle sobre sua interpretação. E através de uma plataforma interativa online, tais dados podem ser visualizados por um grande público, interagindo dependendo do que o usuário deseja investigar.

Apresentando o feminismo com um nível de proximidade cultural maior de grande parte da população através do cinema, é esperado uma melhor identificação e abertura do público para este assunto. Deste modo, pretende-

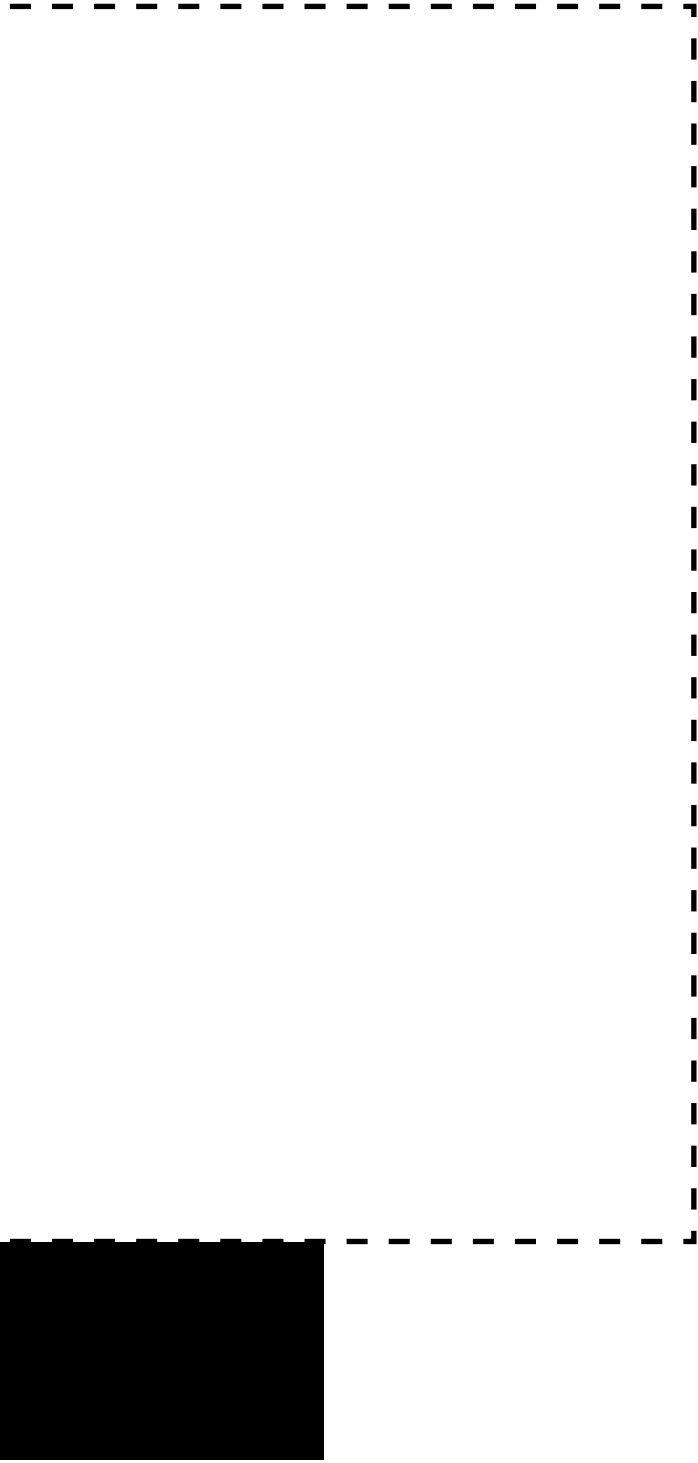
se demonstrar os dados colhidos em análises para este trabalho, atestando sobre como a mulher é representada dentro dos filmes como personagem, descrevendo como estas são caracterizadas ao estudar marcos sociais, físicos e de personalidade, além de observar sua importância no roteiro do filme e alguns outros aspectos das personagens.

¹ BRAGA, Marcos da Costa. O Papel Social do Design Gráfico.



DESEN- VOLVIMENTO

EIXO ANALÍTICO



Problems are endless,
and not enough
breakthrough thinking
is done.

Victor Papanek

*Os problemas são infinitos, e não há pensamento
disruptivo suficiente sendo feito.*

2.1

QUESTIONÁRIO PÚBLICO SOBRE REPRESENTAÇÃO

Um questionário online público foi realizado para aprofundar a pesquisa e melhor explorar a importância da representação nas mídias, a fim de verificar o parecer de um público real. Para tanto, utilizou-se da plataforma gratuita Google Forms para a realização. Ao total, o questionário foi respondido por um total de 63 pessoas. A seguir, estão dispostas as perguntas e respostas do questionário, com os resultados completos disponíveis neste link:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/19dCkoJI3z27wMjw8YpLftqkXX-th718pp_Ao6Krf7ac

VOCÊ SE IDENTIFICA COM QUAL GÊNERO?	
FEMININO	MASCULINO
40	23

VOCÊ COSTUMA VER FILMES COM QUAL FREQUÊNCIA?				
MENOS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR MÊS	MAIS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR SEMANA	MAIS DE 1X POR SEMANA
6	7	17	12	21

VOCÊ JÁ SE IDENTIFICOU COM ALGUM PERSONAGEM?	
SIM	NÃO
51	12

SE SIM, QUAL PERSONAGEM E FILME?
Conferir respostas dissertativas completas na tabela online

DESCREVA BREVEMENTE O MOTIVO (CARACTERÍSTICA, CENA, PERSONALIDADE, ETC) E O QUE LHE INSPIROU/ENSINO.
Conferir respostas dissertativas completas na tabela online

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS MASCULINOS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS MASCULINOS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS MASCULINOS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
44	10	7	1	1

2.1

Tabela online completa:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/19dCkoJI3z27wMjw8YpLftqkXX-th718pp_Ao6Krf7ac

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS FEMININAS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
4	9	23	23	4

VOCÊ SE SENTE REPRESENTADO(A) NO CINEMA?		
SIM	ÀS VEZES	NÃO
10	42	11

CASO TENHA RESPONDIDO “ÀS VEZES” OU “NÃO”, EXPLIQUE.

Conferir respostas dissertativas completas na tabela online

NA SUA OPINIÃO, QUAL A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO COM PERSONAGENS E/OU PESSOAS NO CINEMA?				
MUITO IMPORTANTE				POUCO IMPORTANTE
1	2	3	4	5
41	14	7	0	1

O QUE VOCÊ ACHA DA REPRESENTAÇÃO FEMININA NO GERAL NA MÍDIA?

Conferir respostas dissertativas completas na tabela online

O QUE VOCÊ ACHA DA REPRESENTAÇÃO MASCULINA NO GERAL NA MÍDIA?

Conferir respostas dissertativas completas na tabela online

RESPOSTAS DO PÚBLICO FEMININO

VOCÊ COSTUMA VER FILMES COM QUAL FREQUÊNCIA?				
MENOS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR MÊS	MAIS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR SEMANA	MAIS DE 1X POR SEMANA
4	4	9	10	13

VOCÊ JÁ SE IDENTIFICOU COM ALGUM PERSONAGEM?	
SIM	NÃO
35	5

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS MASCULINAS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS MASCULINAS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS MASCULINAS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
31	4	4	0	1

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS FEMININAS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
4	3	13	17	3

VOCÊ SE SENTE REPRESENTADO(A) NO CINEMA?		
SIM	ÀS VEZES	NÃO
3	30	7

NA SUA OPINIÃO, QUAL A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO COM PERSONAGENS E/OU PESSOAS NO CINEMA?				
MUITO IMPORTANTE				POUCO IMPORTANTE
1	2	3	4	5
30	7	3	0	0

RESPOSTAS DO PÚBLICO MASCULINO

VOCÊ COSTUMA VER FILMES COM QUAL FREQUÊNCIA?				
MENOS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR MÊS	MAIS DE 1X POR MÊS	UMA VEZ POR SEMANA	MAIS DE 1X POR SEMANA
2	3	8	2	8

VOCÊ JÁ SE IDENTIFICOU COM ALGUM PERSONAGEM?	
SIM	NÃO
16	7

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS MASCULINAS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS MASCULINAS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS MASCULINAS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
13	6	3	1	0

EM RELAÇÃO À PRESENÇA DE PERSONAGENS FEMININAS NO CINEMA, VOCÊ ACHA QUE:				
SEMPRE VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA			NUNCA VEJO PERSONAGENS FEMININAS RELEVANTES NO CINEMA	
1	2	3	4	5
0	6	10	6	1

VOCÊ SE SENTE REPRESENTADO(A) NO CINEMA?		
SIM	ÀS VEZES	NÃO
7	12	4

NA SUA OPINIÃO, QUAL A IMPORTÂNCIA DA REPRESENTAÇÃO E IDENTIFICAÇÃO COM PERSONAGENS E/OU PESSOAS NO CINEMA?				
MUITO IMPORTANTE				POUCO IMPORTANTE
1	2	3	4	5
11	7	4	0	1

2.1

Apesar desta pesquisa não ter chegado a uma amostragem tão numerosa, teve um caráter qualitativo por suas respostas dissertativas extensas (por esta razão não foram colocadas por completo neste relatório).

Contudo percebeu-se que diversas opiniões possuíam similaridades, ou até repetiram-se.

Quanto à representação feminina seguem algumas das considerações mais recorrentes: ainda é considerada fraca; com reforço a estereótipos (são loucas, hipersexualizadas, frágeis, fúteis, donzelas em perigo, sem complexidades, objetificadas ou idealizadas demais); possuem reflexos do machismo enraizado na sociedade; são utilizadas como plano de fundo para histórias masculinas; em sua maioria são coadjuvantes; não há diversidade; mulheres são reduzidas a suas aparências, reforçando padrões de beleza; e há um consenso sobre essa representação estar melhorando atualmente, mas que ainda falta muito para se igualar a seus pares masculinos.

Já a representação dos homens na mídia é considerada com: muito mais diversidade (seja de idade, personalidades ou mesmo aparência física); com papel heróico, protagonizando as histórias em sua maioria, ou no mínimo com personagens mais relevantes que as mulheres; em geral possui muito mais significância no roteiro; porém com algumas recorrências de padrões 'macho-alfa' (branco, forte, dominante, insensível, racional).

E quebrando expectativas, citou-se o cinema independente em algumas das respostas, por melhor representar os gêneros, entre outras multiplicidades humanas:

Muitos filmes hollywoodianos apostam em personagens femininas rasas e desinteressantes que adicionam pouco à trama além do corpo escultural e rosto bonito. Porém, há filmes fora do eixo "blockbuster" que são mais sensíveis e representam mulheres mais reais em papéis importantes. Acho que a falta de diretoras é ainda mais alarmante do que a falta de atrizes em papéis significativos.

Para ambos os gêneros, citou-se a falta de variedade étnica e sexualidade, de forma que a população negra e LGBT ainda é marginalizada.

No geral, não houveram muitas discrepâncias entre os pontos de vista dos respondentes, sejam mulheres ou homens, concordando na maior parte em relação às questões descritas. Porém há uma tendência natural das mulheres dissertarem mais a respeito da representação e sua identificação com personagens femininas, e os homens com os personagens masculinos.

PESQUISA DAS PERSONAGENS

Para estudo destes estereótipos criados pela mídia, foi focalizado analisar filmes vencedores do *Golden Globe Awards* (Globo de Ouro), em específico na categoria de “Melhor Filme Dramático” de 1995 a 2015. A escolha pela premiação norte-americana envolveu as seguintes considerações: a) apesar de tratar-se maioritariamente de produções hollywoodianas (com todas as problemáticas dentro desta indústria), era necessário determinar filmes de influência em grande escala para o grande público; e b) o Globo de Ouro é premiado por uma associação de jornalistas internacional, deste modo cada membro contribui com sua visão, tornando o prêmio culturalmente um pouco mais global (BAHIANA, 2013)¹.

A pesquisa realizada procurou analisar, de forma qualitativa e quantitativamente, as personagens mulheres que possuíam maior tempo em cena. Foram abordadas desde questões físicas, às sociais e de roteiro, com base na adaptação da pesquisa de Bona e Bonazza (2012)², todas analisadas e aprovadas pela antropóloga e co-orientadora Larissa Pelúcio.

Foi determinado por não incluir categorias relacionadas a ‘beleza’ e corpo feminino, por julgar-se uma discussão ampla que necessitaria de uma imersão a parte para tratar de padrões de beleza, historicamente impostos socialmente às mulheres.

Com exceção de status de relacionamento, em que foi escolhido como a personagem encontrasse no final do filme, todas as características determinadas são as que se apresentam predominantes, ou seja, se a personagem possui diferentes idades (pela passagem de tempo ou flashbacks), a idade determinada é a que mais aparece no longa-metragem.

Algumas categorias não são auto-explicativas, relevantes às definições a seguir:

1) Função de roteiro - função que desempenham na narrativa, que podem ser: a) Protagonista - personagem principal em torno do qual se constrói toda a trama; ou b) Coadjuvante ou personagem secundária - personagem que exerce outra função na história, podendo ser ou não relacionada com a história principal.

2) Evolução - como as personagens são desenvolvidas na estória, que podem ser: a) Planas ou Estacionárias - personagens estáticas, sem profundidade psicológica e definidas em poucas palavras, por um elemento característico básico, que as acompanha durante toda a história; ou b) Esféricas ou Evolutivas - são personagens complexas definidas por vários traços diferentes, com comportamentos imprevisíveis, enigmáticos, que vão sendo definidos no decorrer da narrativa, ora possuem virtudes, ora defeitos - expressam a verdadeira natureza humana.

c) Intelecto: Em geral, definido o nível intelectual apresentado pela personagem, podendo estar relacionada com escolaridade (1º, 2º ou 3º grau) ou não.

Segue nas próximas páginas a análise geral e detalhada das personagens:

¹ BAHIANA, Ana Maria. Por que os Globos de Ouro são importantes. (E os Oscars também.).

² BONA, Rafael Jose ; BONAZZA, Nadine. E o Oscar de Melhor Atriz Coadjuvante vai para... a Publicidade e Propaganda? Um estudo das características das vencedoras do prêmio no Oscar de 2001 a 2011.

2.2

FILME	ANO	PERSONAGEM	TEMPO EM CENA	TEMPO TOTAL DO FILME
Boyhood	2014	Samantha Evans	55min 32s	165min
12 Years a Slave	2013	Patsey	23min 15s	134min
Argo	2012	Kathy Stafford	19min 58s	120min
The Descendants	2011	Alexandra King	47min 43s	115min
The Social Network	2010	Marylin Delpy	15min 5s	120min
Avatar	2009	Neytiri Te Tskaha Mo'at'ite	66min 23s	162min
Slumdog Millionaire	2008	Latika	29min 23s	120min
Atonement	2007	Briony Tallis	55min 38s	123min
Babel	2006	Chieko Wataya	35min 25s	143min
Brokeback Mountain	2005	Alma Beers	16min 54s	134min
The Aviator	2004	Katharine Hepburn	33min 54s	170min
Lord of the Rings - Return of the King	2003	Éowyn	16min53s	212min
The Hours	2002	Clarissa Vaughan	41min 50s	114min
A Beautiful Mind	2001	Alicia Nash	48min 53s	135min
Gladiator	2000	Lucilla	39min 15s	155min
American Beauty	1999	Jane Burnham	39min 51s	122min
Saving Private Ryan	1998	“Sra. Ryan”*	5min 33s	169min
Titanic	1997	Rose DeWitt Bukater	103min 41s	194min
The English Patient	1996	Katharine Clifton	55min 38s	162min
Sense and Sensibility	1995	Elinor Dashwood	97min 15s	136min
Forrest Gump	1994	Jenny Gump	35min 33s	142min

* sem nome citado no filme

O “tempo em cena” foi decupado pela autora do modo mais exato possível, porém passível a imprecisão pelo fato de ter sido um trabalho manual. Somou-se os minutos e segundos que cada personagem apresenta-se em cena, seja de modo ativo ou passivo em tais períodos.

2.2

FUNÇÃO DE ROTEIRO	Protagonista	Coadjuvante	Antagonista		
EVOLUÇÃO	Plana	Esférica			
IDADE	até 20	20 a 30	31 a 40	41 a 50	mais de 50
RAÇA	Amarela	Branca	Parda	Preta	Outra
ORIENTAÇÃO SEXUAL	Heterossexual	Homossexual	Bissexual	Assexual	Não fica claro
INTELECTO	Acima da média	Média	Abaixo da média	Não fica claro	
CLASSE SOCIAL	Alta e média alta	Média	Média baixa	Baixa	
POSSUI FILHOS	Sim	Não	Grávida		
TRABALHA	Sim	Não			
MORA COM	Amigos	Família	Companheiro(a)	Sozinha	Não fica claro
STATUS DE RELACIONAMENTO	Solteira	Namorando/algum relacionamento	Casada	Não fica claro	
RELAÇÃO COM O PROTAGONISTA MASCULINO	Parente	Amiga	Namorada/Noiva/Esposa	Rival	Nenhuma relação
RELAÇÃO COM A TRAMA	Influenciou diretamente no problema da trama	Influenciou indiretamente no problema da trama	Não teve influência		
É UMA PERSONAGEM BASEADA EM FATOS REAIS	Sim	Não			
A ATRIZ VENCEU O GLOBO DE OURO DE ATRIZ PRINCIPAL OU COADJUVANTE	Sim	Não			
A ATRIZ VENCEU O OSCAR PELA MESMA INTERPRETAÇÃO	Sim	Não			
O ATOR PRINCIPAL DO MESMO FILME GANHOU OSCAR E/OU GLOBO DE OURO	Sim	Não			
PASSA NO TESTE DE BECHDEL	Sim	Não			
CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDADE	3 características específicas para cada personagem				

2.2

TOTAL = 21 PERSONAGENS

FUNÇÃO DE ROTEIRO				
PROTAGONISTA	COADJUVANTE		ANTAGONISTA	
5	16		0	

EVOLUÇÃO	
PLANA	ESFÉRICA
5	16

IDADE				
ATÉ 20 ANOS	20 A 30 ANOS	31 A 40 ANOS	41 A 50 ANOS	MAIS DE 50 ANOS
7	10	3	0	1

RAÇA				
AMARELA	BRANCA	PARDA	PRETA	OUTRA
1	17	0	1	2

ORIENTAÇÃO SEXUAL				
HETEROSSEXUAL	HOMOSSEXUAL	BISSEXUAL	ASSEXUAL	NÃO FICA CLARO
17	0	1	0	3

INTELECTO			
ACIMA DA MÉDIA	MÉDIA	ABAIXO DA MÉDIA	NÃO FICA CLARO
14	4	2	1

CLASSE SOCIAL				
ALTA E MÉDIA ALTA	MÉDIA	MÉDIA BAIXA	BAIXA	NÃO FICA CLARO
12	2	3	2	2

POSSUI FILHOS			
SIM	NÃO	GRÁVIDA	NÃO FICA CLARO
8	12	0	1

TRABALHA		
SIM	NÃO	NÃO FICA CLARO
11	6	4

MORA COM				
AMIGOS	FAMÍLIA	COMPANHEIRO(A)	SOZINHA	NÃO FICA CLARO
3	12	4	0	2

STATUS DE RELACIONAMENTO				
SOLTEIRA	NAMORANDO/ ALGUM RELACIONAMENTO	CASADA	VIÚVA	NÃO FICA CLARO
3	8	7	2	1

RELAÇÃO COM O PROTAGONISTA MASCULINO				
PARENTE	AMIGA	NAMORADA/ NOIVA/ESPOSA	RIVAL	NENHUMA RELAÇÃO
3	5	9	0	4

2.2

RELAÇÃO COM A TRAMA		
INFLUENCIOU DIRETAMENTE	INFLUENCIOU INDIRETAMENTE	NÃO TEVE INFLUÊNCIA
16	2	3
É UMA PERSONAGEM BASEADA EM FATOS REAIS		
SIM	NÃO	
5	16	
A ATRIZ VENCEU O GLOBO DE OURO DE ATRIZ PRINCIPAL OU COADJUVANTE		
SIM	NÃO	
1	20	
A ATRIZ VENCEU O OSCAR PELA MESMA INTERPRETAÇÃO		
SIM	NÃO	
2	19	
O ATOR PRINCIPAL DO MESMO FILME GANHOU OSCAR E/OU GLOBO DE OURO		
SIM	NÃO	
5	16	
PASSA NO TESTE DE BECHDEL		
SIM	NÃO	
11	10	

CARACTERÍSTICAS DE PERSONALIDADE	
HABILIDOSA	3
TEIMOSA	2
EMOTIVA	5
RESILIENTE	5
AUDACIOSA	7
PASSIVA	4
INGÊNUA	2
CORAJOSA	4
PROTETORA	6
INTELIGENTE	9
LÍDER	3
CRIATIVA	1
SOLITÁRIA	1
SONHADORA	3
POLITIZADA	1
IMPULSIVA	1
INDEPENDENTE	3

2.2

O relatório online completo das análises está disponível neste link:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1vU-l71kovLWk4yLrE-AAYbMgCxFggGobAJyS5HljyJ8/>

Vários dos resultados não possuem precisão matemática, como citado na questão de ‘tempo em cena’, mas aproximações dentro do que todas as informações (visuais e de roteiro) que os filmes podem oferecer. E por mais que tenha tentado avaliar as personagens de modo totalmente imparcial, entendo que várias características são interpretações subjetivas minhas, assim passíveis a erros ou apenas a outras interpretações. Ainda assim, considere todas as “categorias” importantes e válidas a serem estudadas, garantindo maior perspectiva sobre a mulher que nos é apresentada no cinema.

Uma curiosidade ao pesquisar sobre a direção dos filmes: dos 21 filmes analisados, apenas um teve uma co-direção de uma mulher (Slumdog Millionaire de 2008), sendo Loveleen Tandan tal co-diretora.

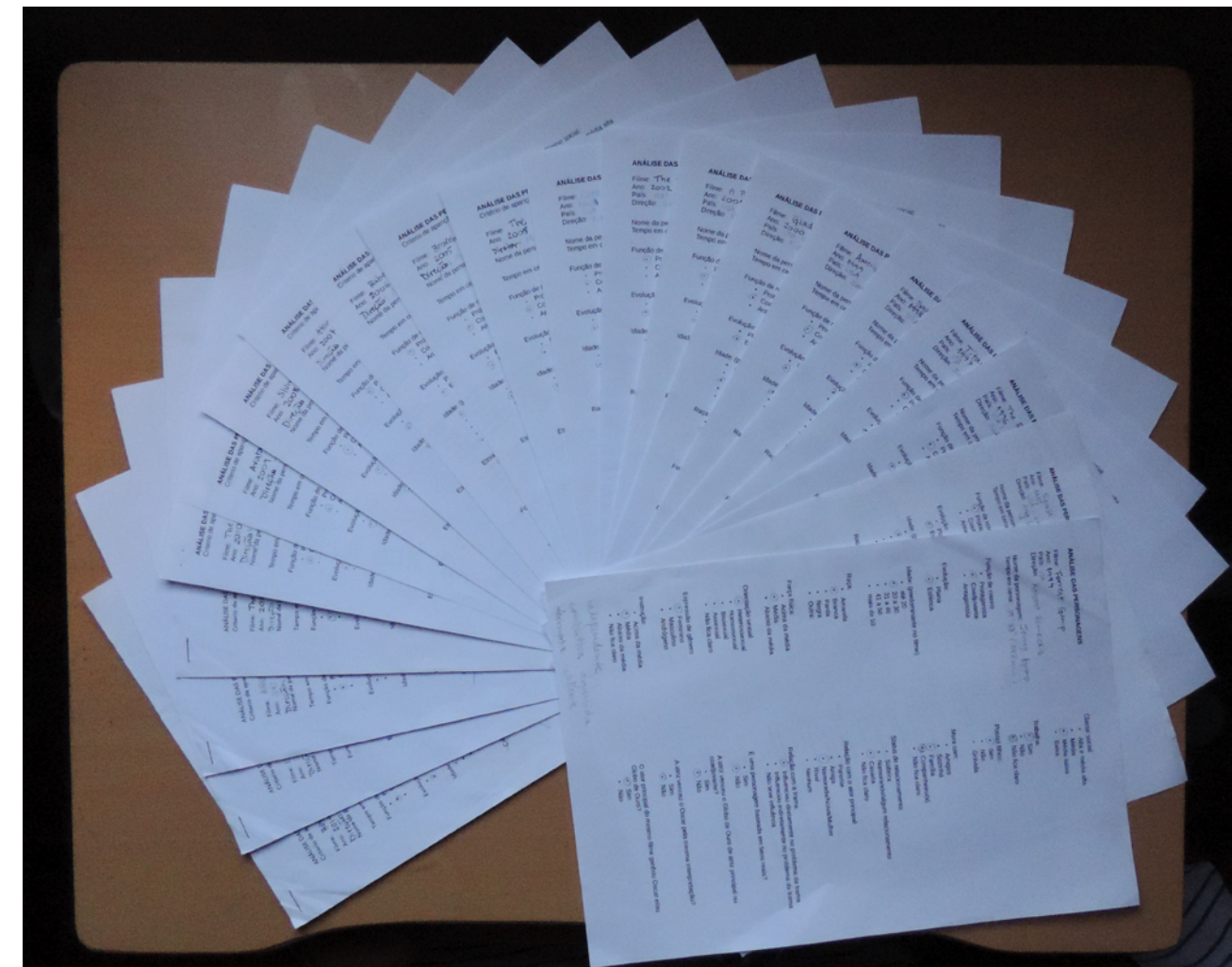


Figura 14: Fotografia das análises realizadas individualmente para cada filme

2.2

Após finalizar esta etapa analítica, foi encontrada uma pesquisa com relevantes dados sobre a mulher na produção cinematográfica.

Um estudo feito pelo Media, Diversity & Social Change Initiative da Universidade do Sul da Califórnia (SMITH; CHOUEITI; PIEPER, 2015)³ analisou 700 filmes populares, e demonstra a desigualdade estonteante ainda presente nas produções destes.

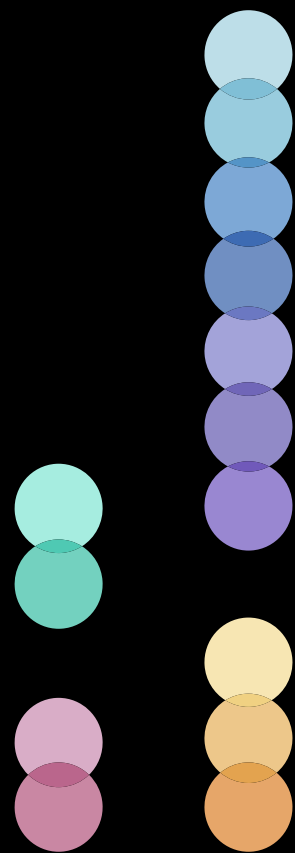
Alguns dados relatados pela pesquisa:

- Dentre 779 diretores, apenas 28 eram mulheres;
- Dentre 1326 criadores de conteúdo em filmes de 2014, apenas 2 diretoras (1,9% do total de diretores); 33 roteiristas (11,2% do total de roteiristas); e 175 produtoras (18,9% do total de produtores) eram mulheres - ou seja, apenas 15,8% do total de profissionais por trás das câmeras;

- Filmes com pelo menos uma roteirista mulher tiveram uma porcentagem significativamente maior de personagens femininas em cena (34,8%) do que em filmes com roteiristas exclusivamente masculinos (25,9%);
- Filmes com uma produtora feminina eram menos prováveis de apresentar personagens femininas em figurinos sexualmente reveladores (35,9% produtores homens vs 26,4% produtoras mulheres) e com nudez (33,3% produtores homens vs 25,1% produtoras mulheres).

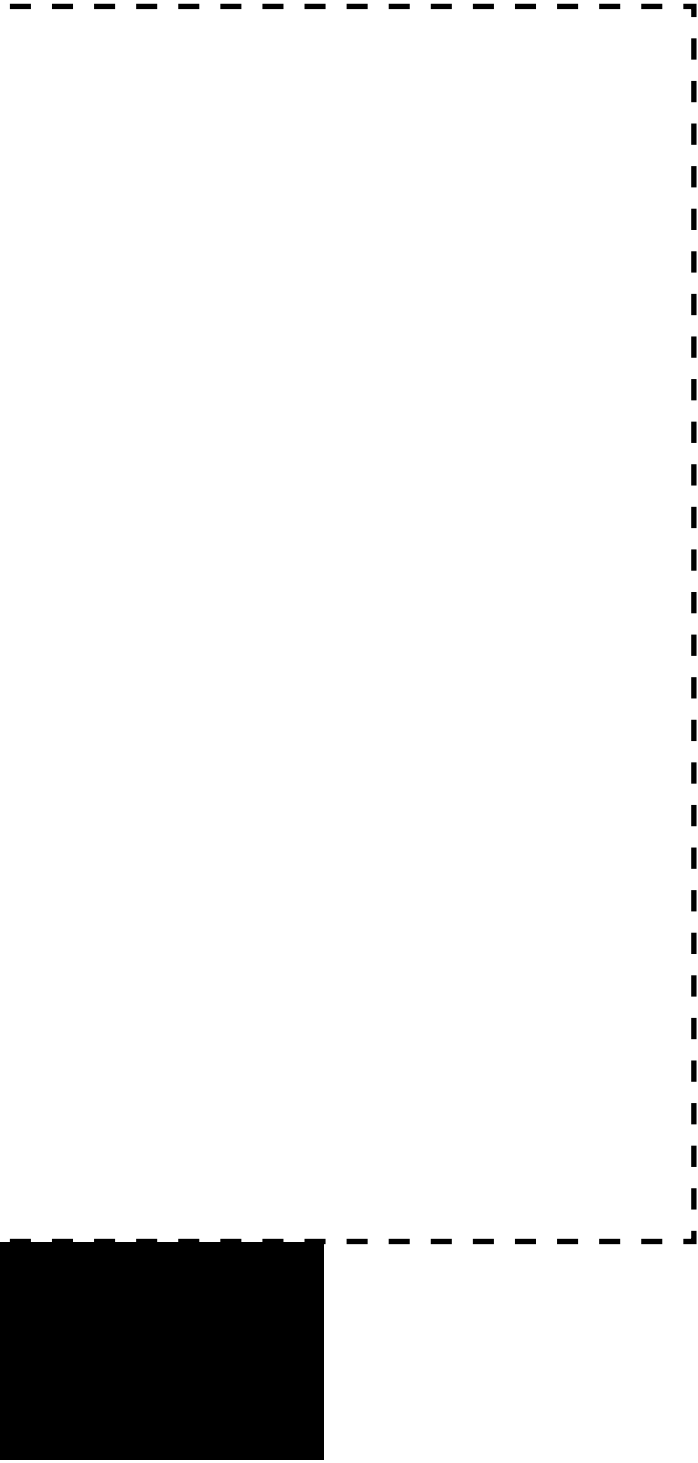
Claro que há diversos fatores socioeconômicos e culturais, que alteram de região para região, aumentando as variáveis e tornando a questão da desigualdade na produção mais complexa. Porém é evidente sua influência direta na diferenças de representação entre os gêneros das personagens.

³ SMITH, Dr. Stacy L; CHOUEITI, Marc; PIEPER, Dr. Katherine. Inequality in 700 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race & LGBT Status from 2007 to 2014.



DESEN- VOLVIMENTO

EIXO PROJETUAL



I raise up my voice —
not so I can shout, but
so that those without a
voice can be heard... we
cannot succeed when
half of us are held back.

Malala Yousafzai

*Eu levanto a minha voz — não para que eu possa gritar,
mas para que aqueles sem voz possam ser ouvidos... não
podemos ter sucesso quando metade de nós é retida.*

3.1

REFERÊNCIAS VISUAIS E ANÁLISE DE SIMILARES

Para base inicial da etapa executiva, além dos estudos teóricos foram pesquisados diversos projetos de design, desde para uso como inspirações puramente visuais, à exemplos de interação ou de envolvimento no tema.

Nas seguintes páginas, encontram-se as principais referências utilizadas para este trabalho.

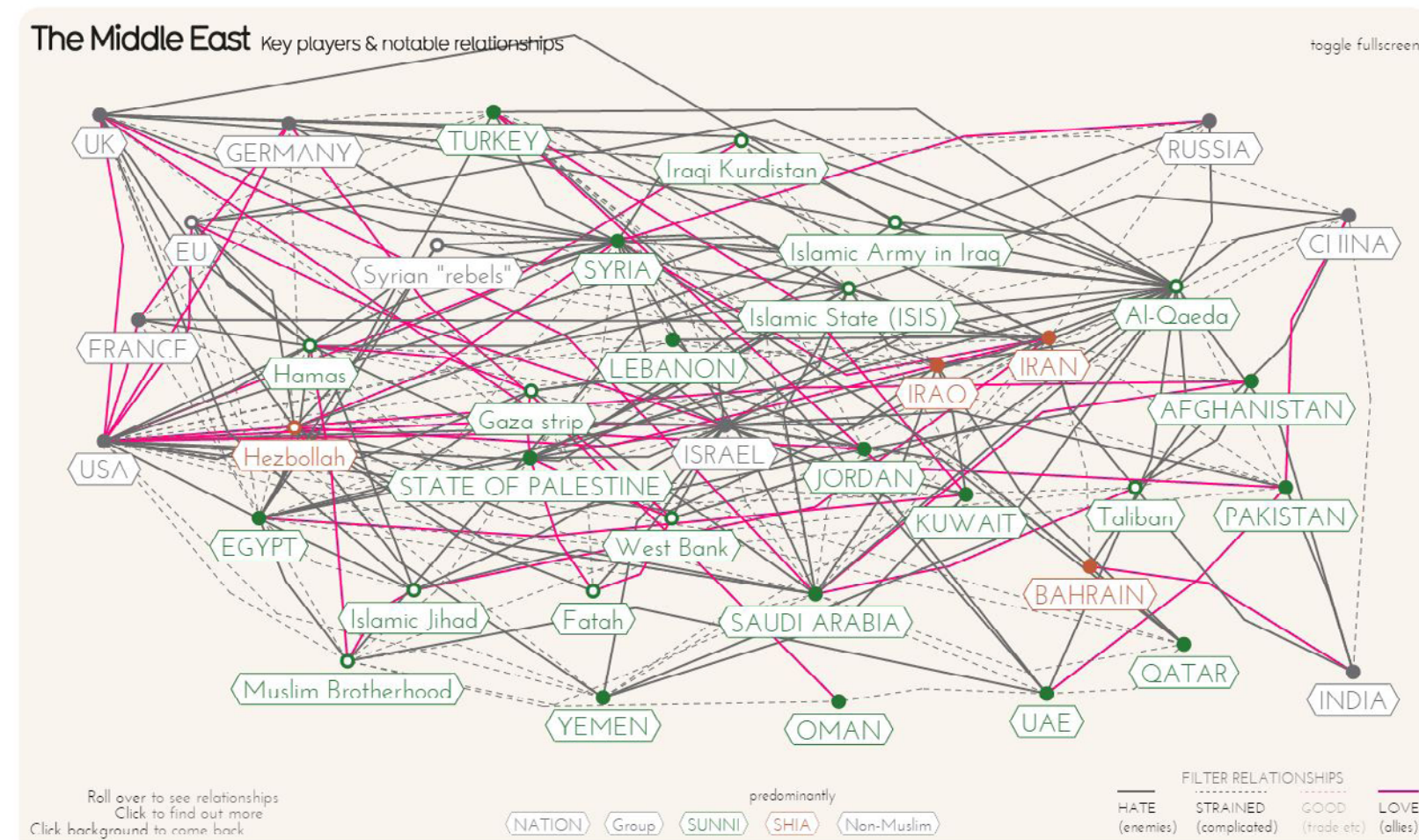
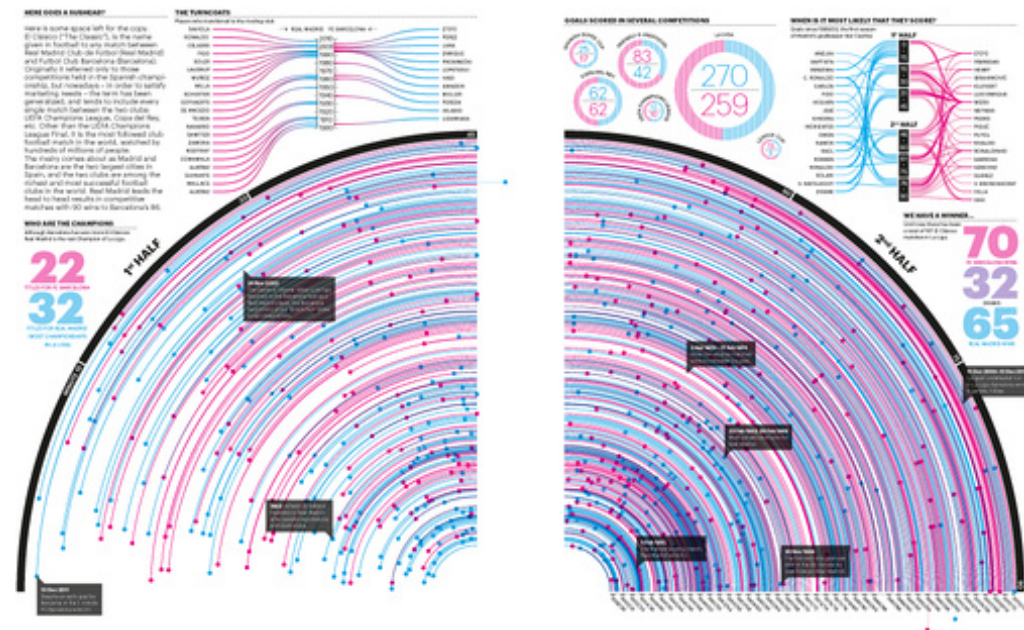
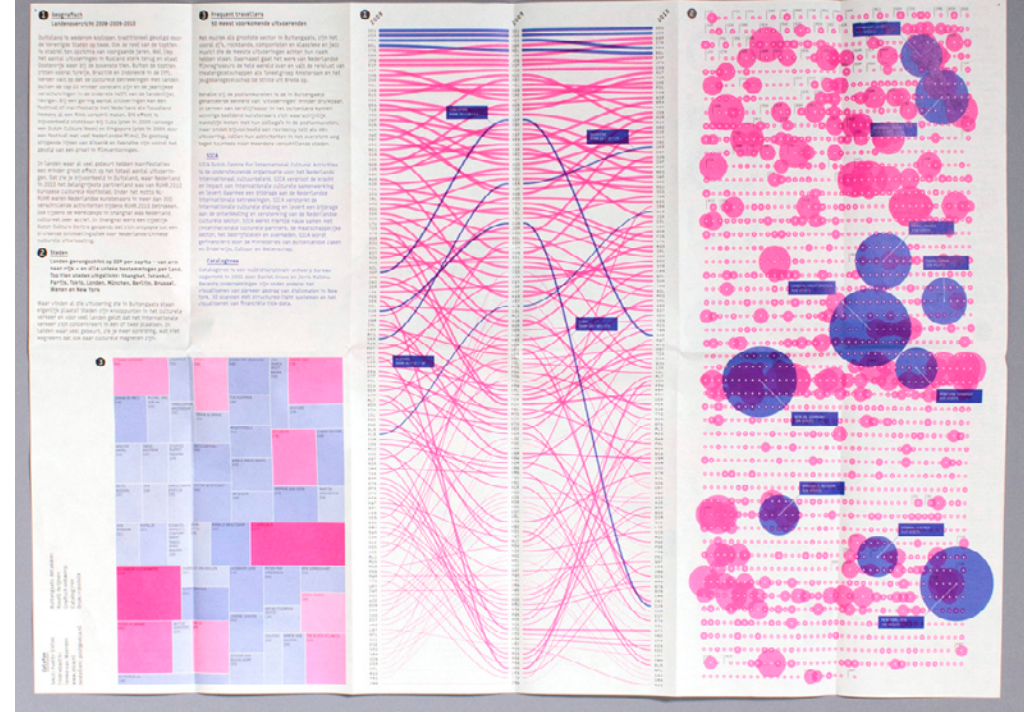


Figura 15: Visualização de dados "Oriente Médio - Membros chave e relacionamentos notáveis".



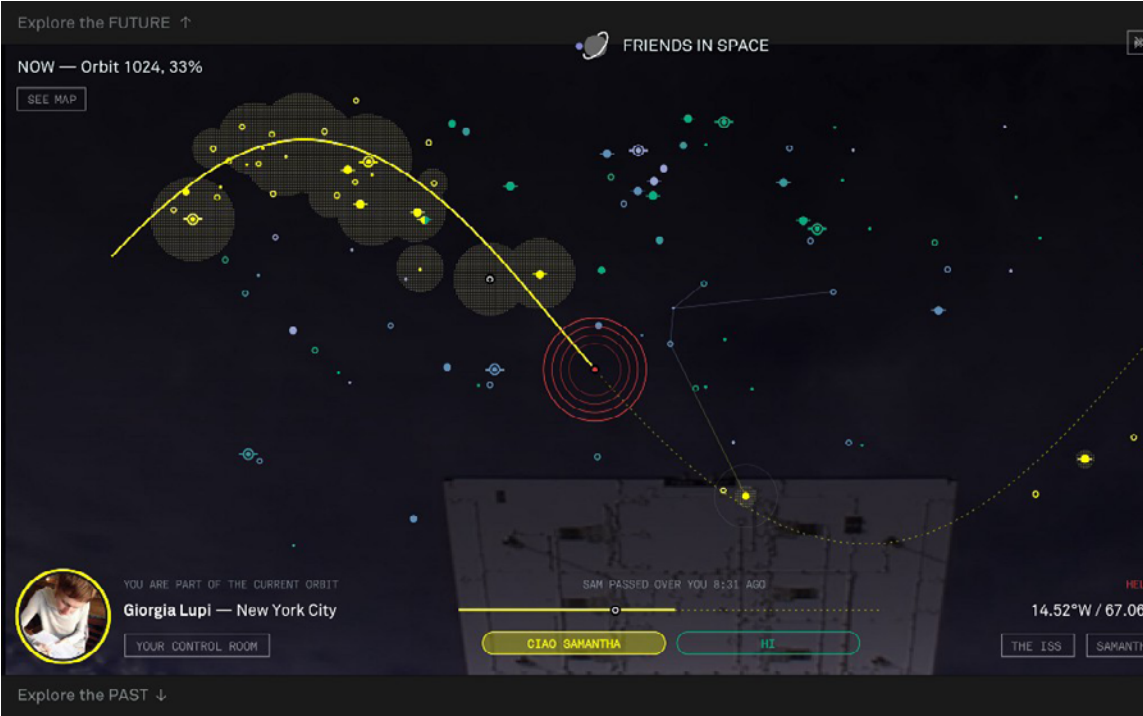
REFERÊNCIAS VISUAIS E ANÁLISE DE SIMILARES

Existem alguns estúdios e designers os quais focam em projetos de infografia e visualização de dados, como o Catalogtree. Seus projetos no entanto são estáticos em sua maioria, havendo poucos com níveis de interação.

Figuras 16 a 18: Projetos de visualizações do estúdio Catalogtree.

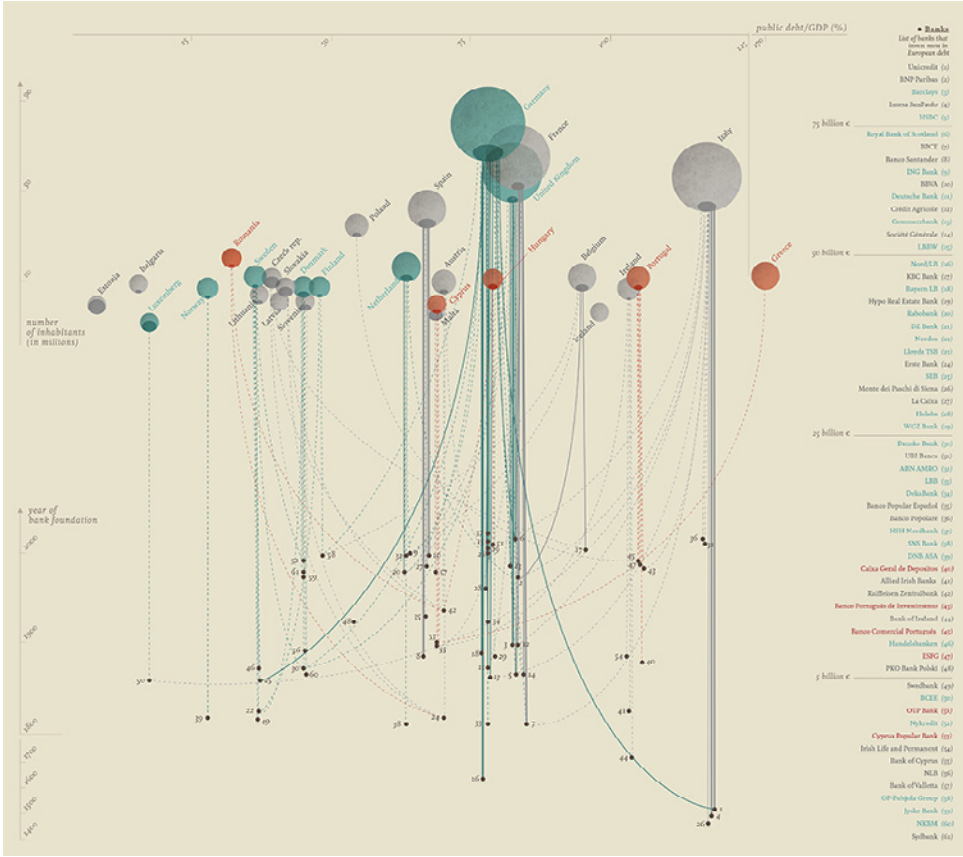
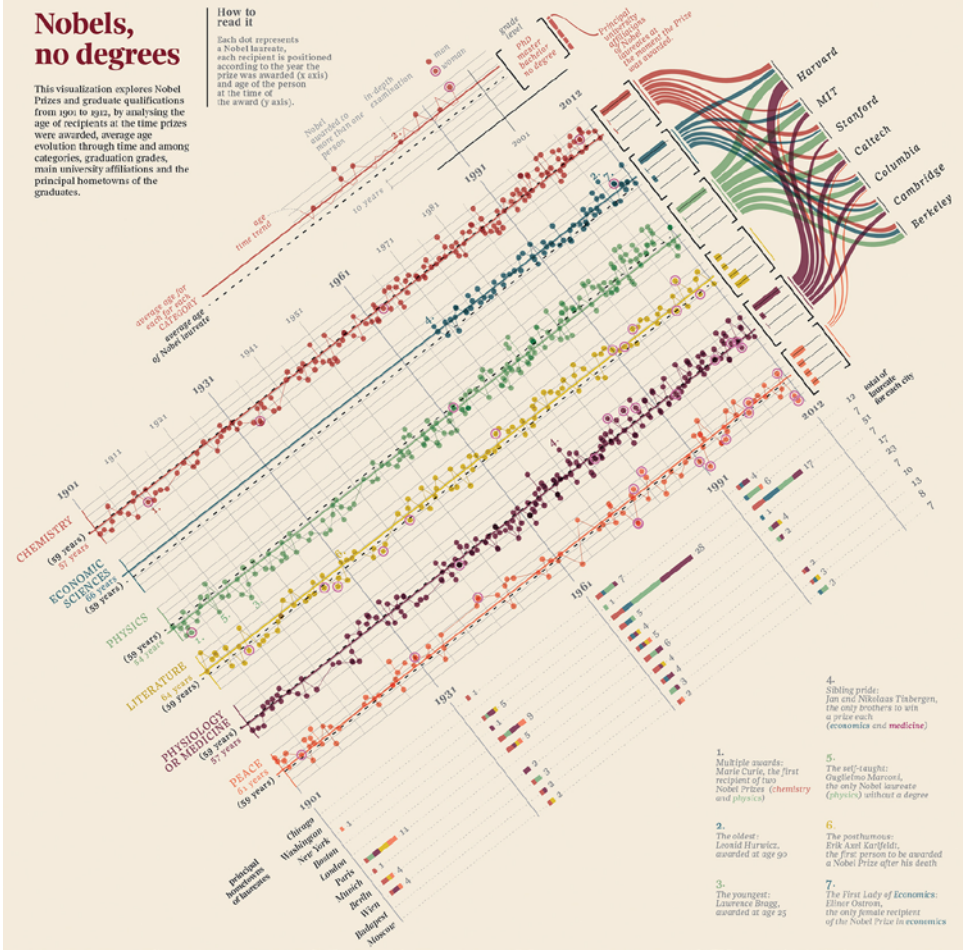
3.1

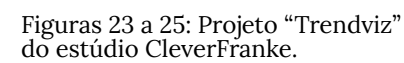
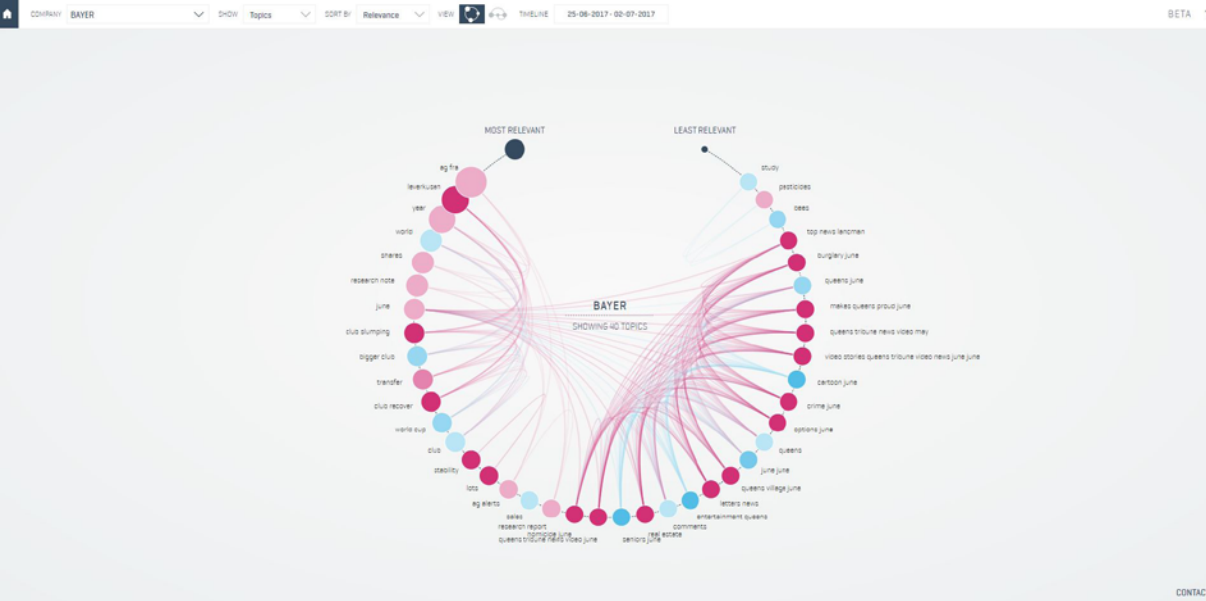
Giorgia Lupi é uma designer de informação e fundadora do estúdio Accurat, que acredita em uma abordagem humanista do mundo dos dados. Possui trabalhos pessoais estáticos, e seu estúdio produz visualizações interativas.



(dir. à esq.) Figuras 19 e 20: Projetos de visualização de Giorgia Lupi.

Figuras 21 e 22: Projetos de visualizações do estúdio Accurat.





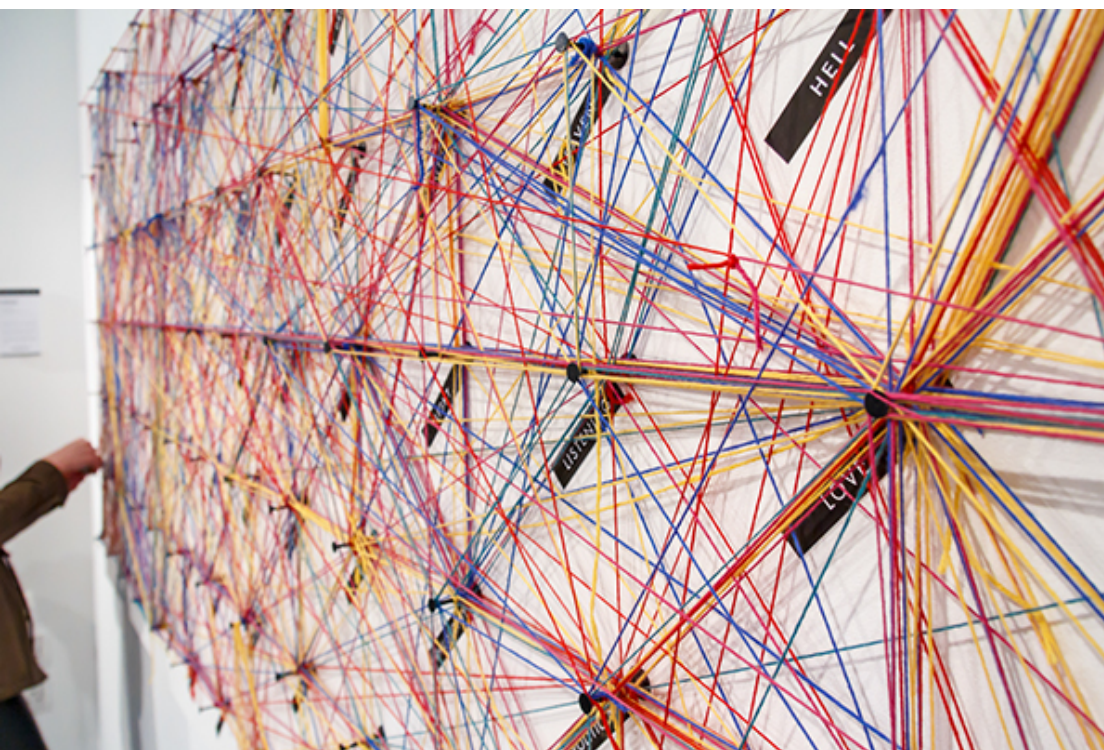
O estúdio CleverFranke elabora diversas visualizações de dados interativas, e um destes projetos é o Trendviz, que organiza fluxos massivos de notícias online, e que possui diversos filtros que o usuário pode controlar e observar as tendências dos temas noticiados.

3.1

A interatividade não necessariamente é sempre através do mundo digital. Paul May desenvolveu uma visualização de dados em forma de instalação interativa utilizando recortes de papelão. “From Over Here” é uma representação física de artigos do jornal New York Times de 1992 a 2010.



Figuras 26 e 27: Instalação “From Over Here” de Paul May.



Figuras 28 a 30: Instalação “What made me” de Dorota Grabkowska e Kuba Kolec.

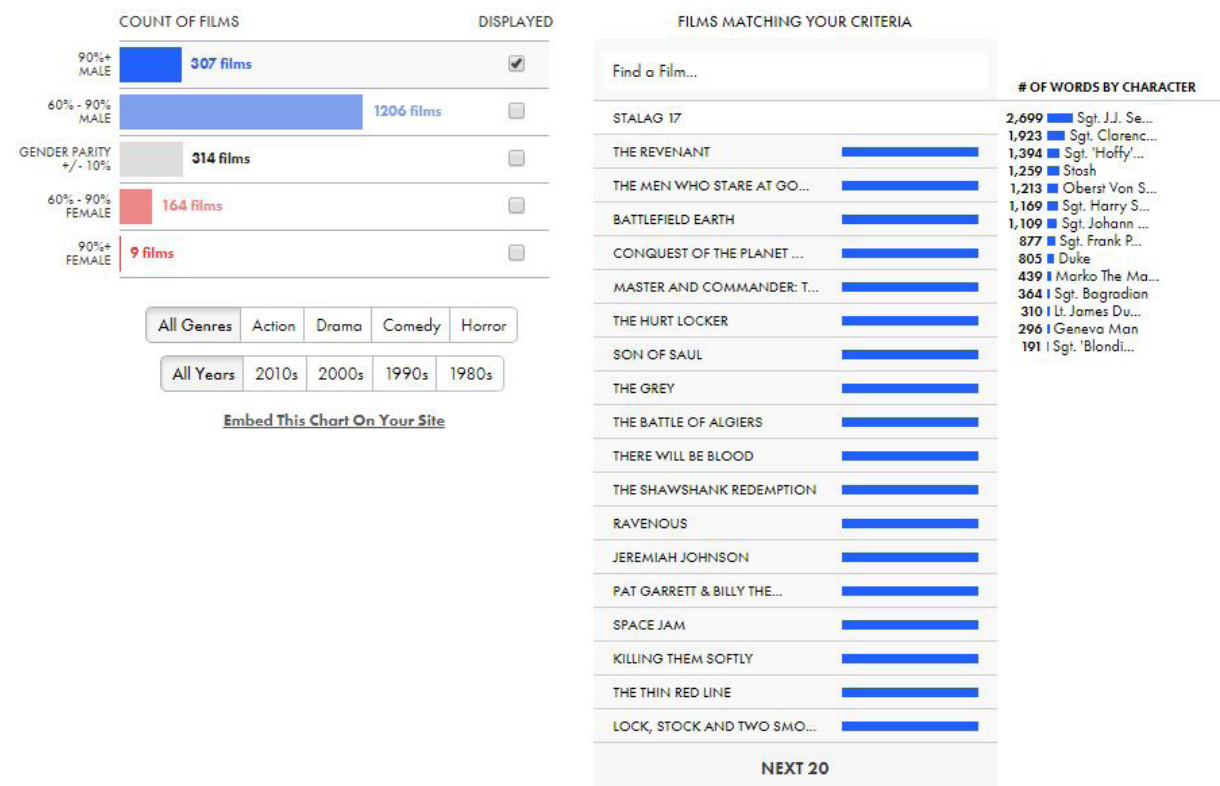
“What Made Me” é outro exemplo de visualização de dados em formato de instalação interativa. Desenvolvida para uma exposição de design em Birmingham por Dorota Grabkowska e Kuba Kolec, o próprio público criava a obra de visualização, por meio de perguntas bem pessoais nas quais os visitantes respondiam amarrando linhas em suas respostas.

3.1

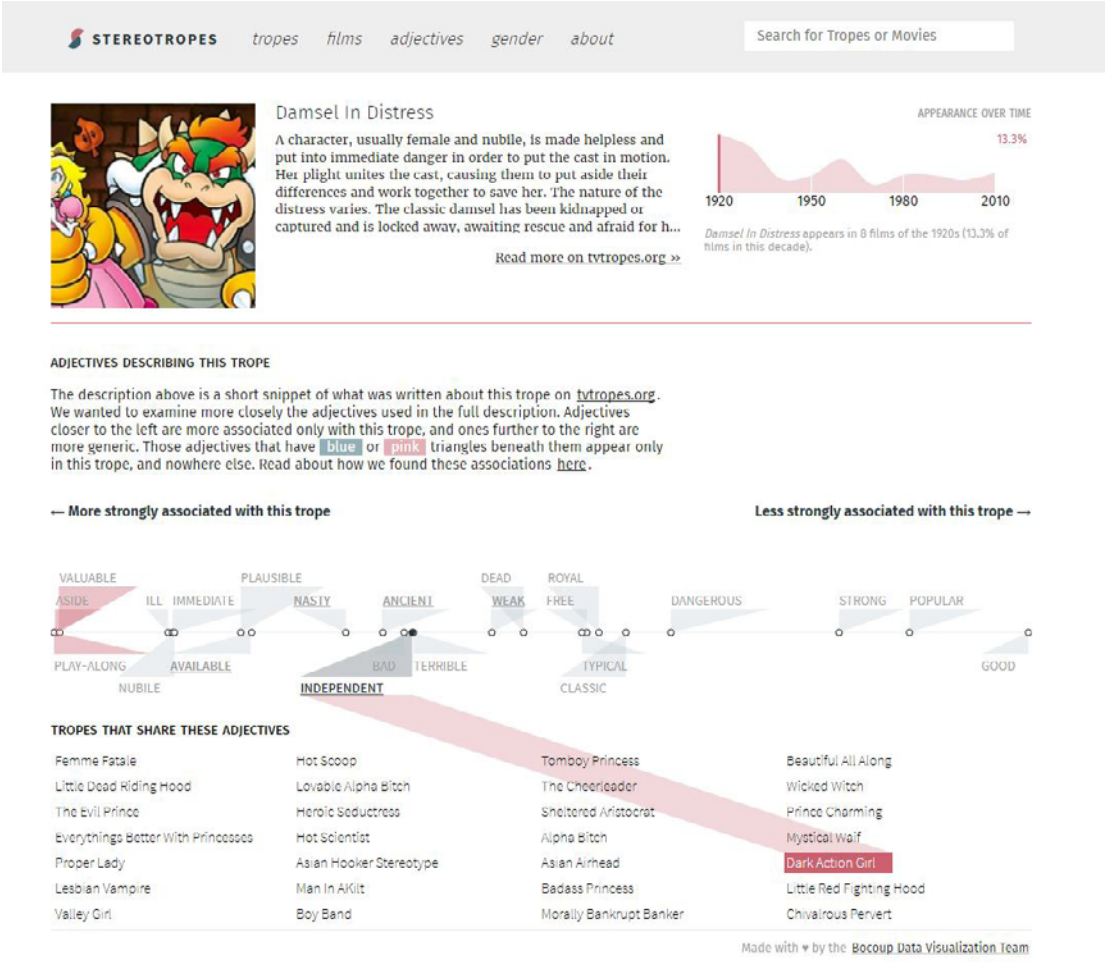
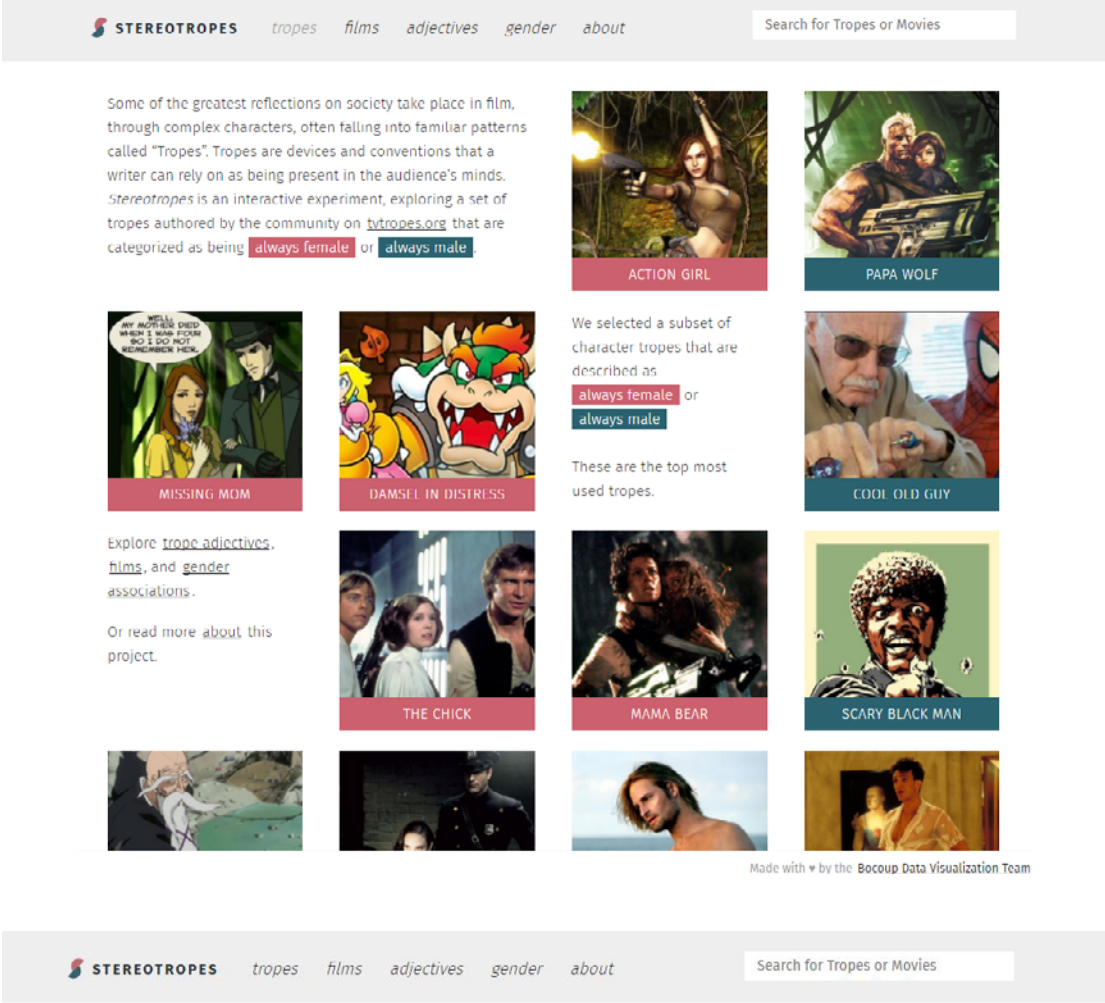
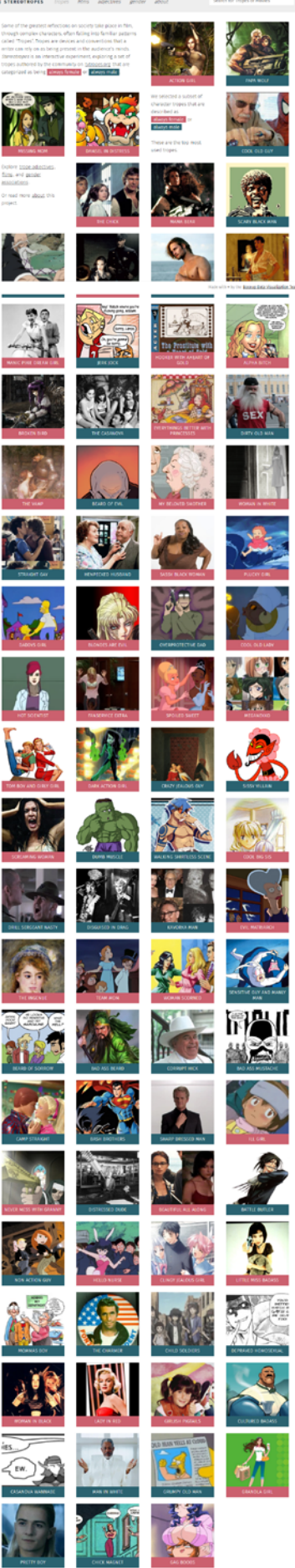
Alguns projetos abordam uma temática semelhante a este trabalho. “Film Dialogue” é um website interativo que dispõe dados de 2000 roteiros analisados, abordando a diferença de tempo de diálogo entre personagens femininas e masculinas.



All Films' Dialogue, by Cast Member and Gender



Figuras 31 a 33: Projeto “Film Dialogue” de Hanah Anderson e Matt Daniels.



REFERÊNCIAS VISUAIS E ANÁLISE DE SIMILARES

“Stereotypes” é um experimento de visualização interativa do estúdio Bocoup, o qual explora um conjunto de ‘tipos’ de personagens criados e rastreados pela comunidade do site TV Tropes. Especificamente, há um enfoque nas diferenças entre palavras e associações para ‘tipos’ masculinos e femininos.

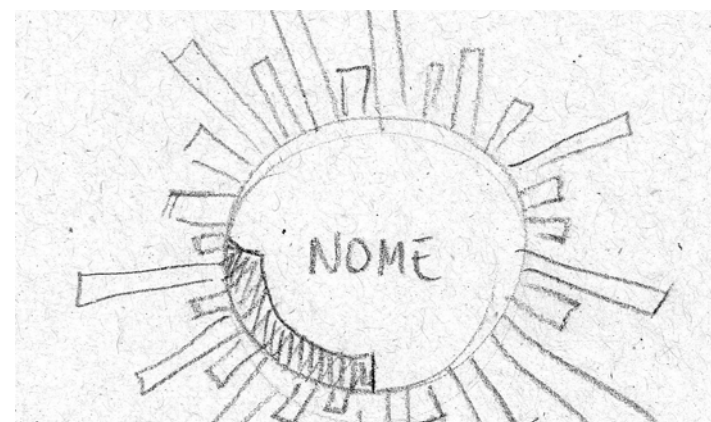
Figuras 34 a 36: Projeto “Stereotypes” do estúdio Bocoup.

3.2

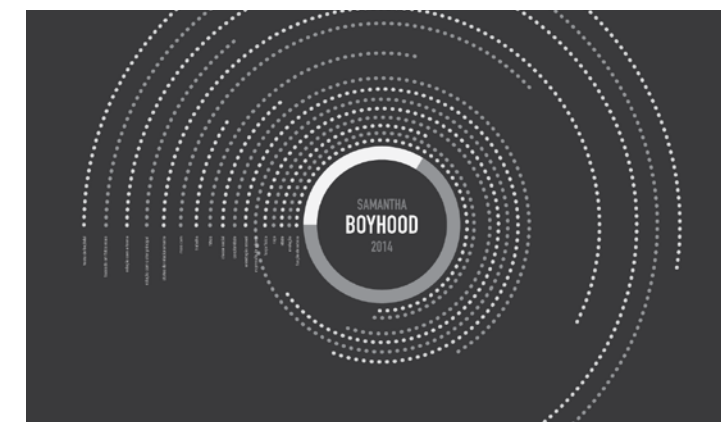
FASES DE ESTUDOS

Como citado anteriormente, este projeto utiliza a metodologia da aula “Information Design Concepts” de Julia Wargaski para desenvolvimento visual. Desta forma, este processo foi dividido em etapas para melhor evolução.

RASCUNHOS



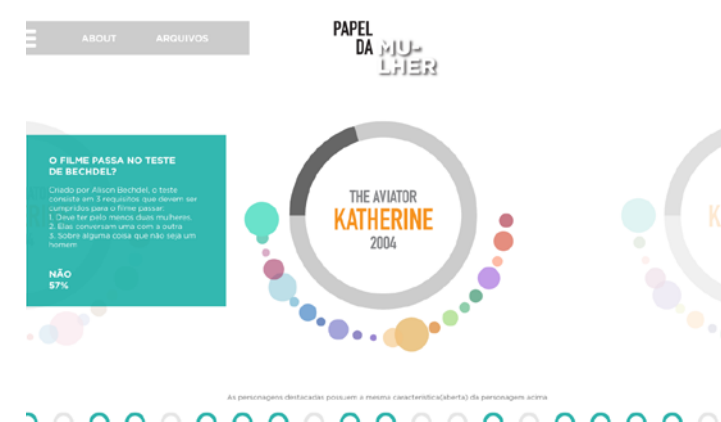
ESTUDOS PRETO&BRANCO

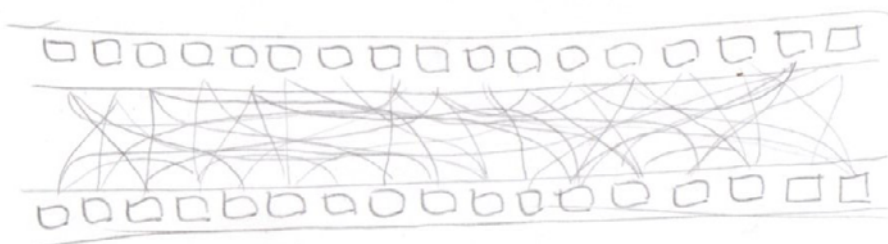
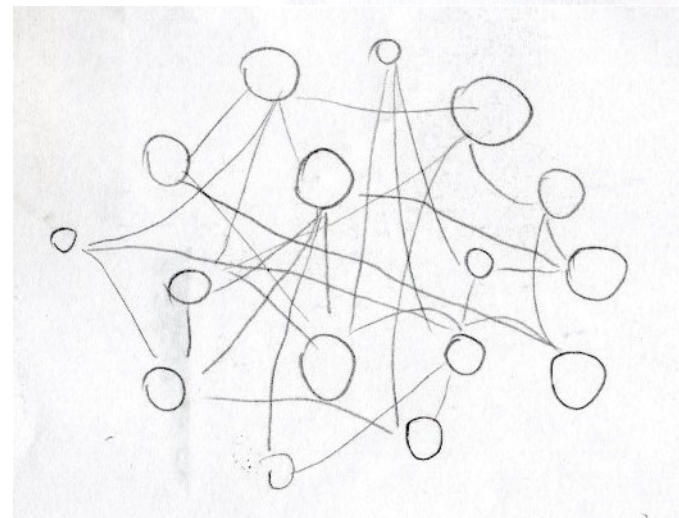
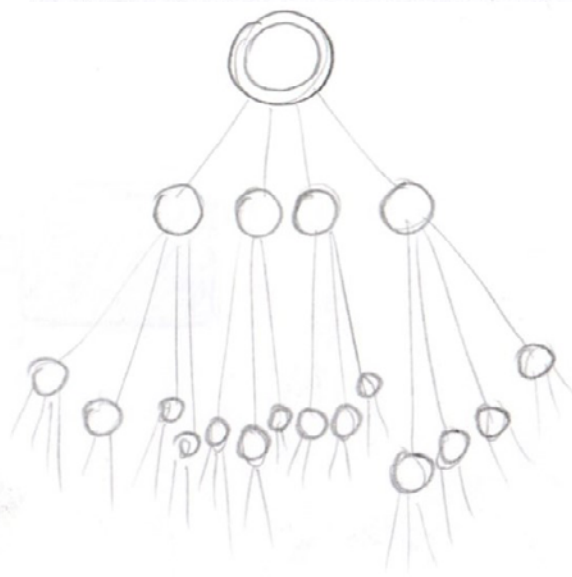
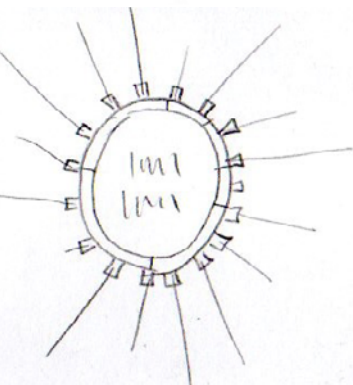
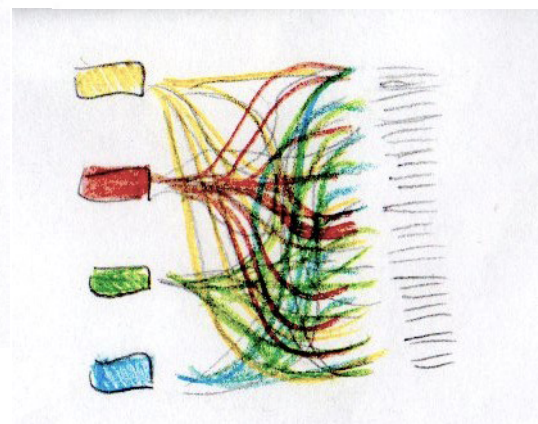
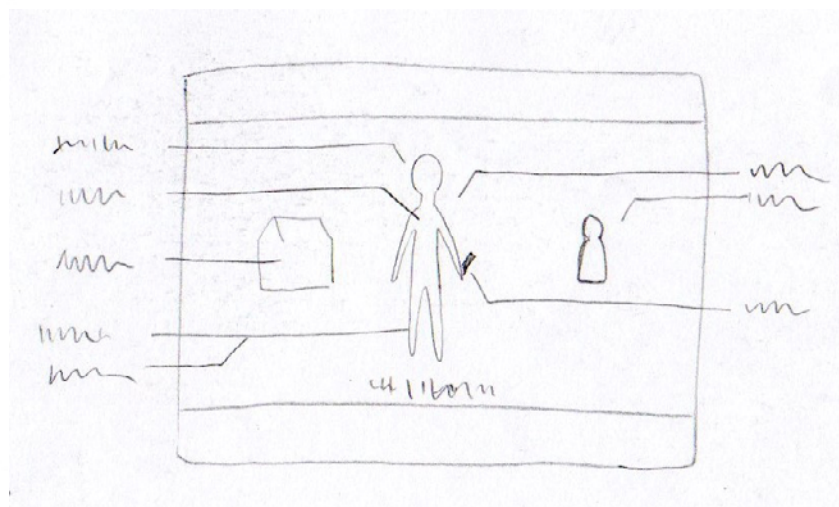
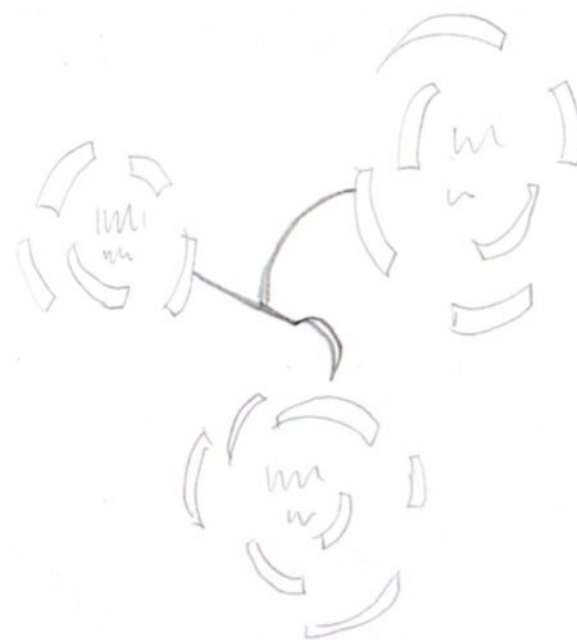
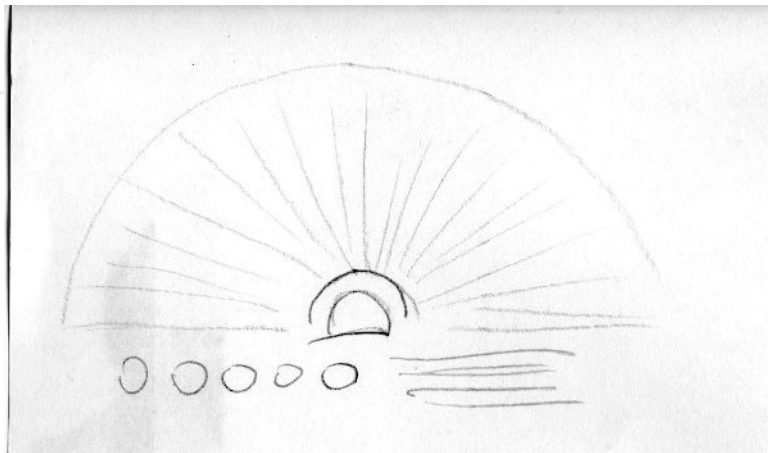


ESTUDOS COLORIDOS



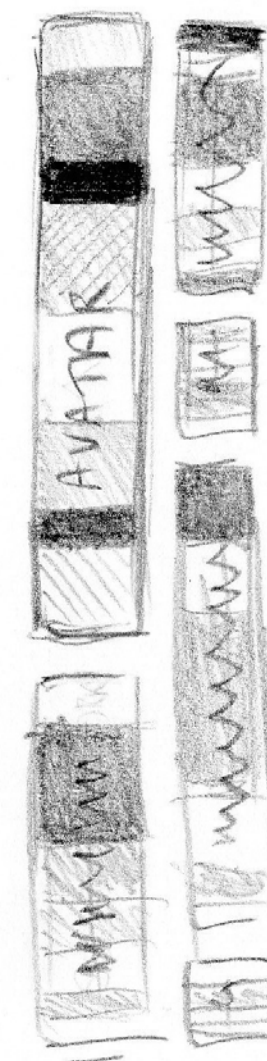
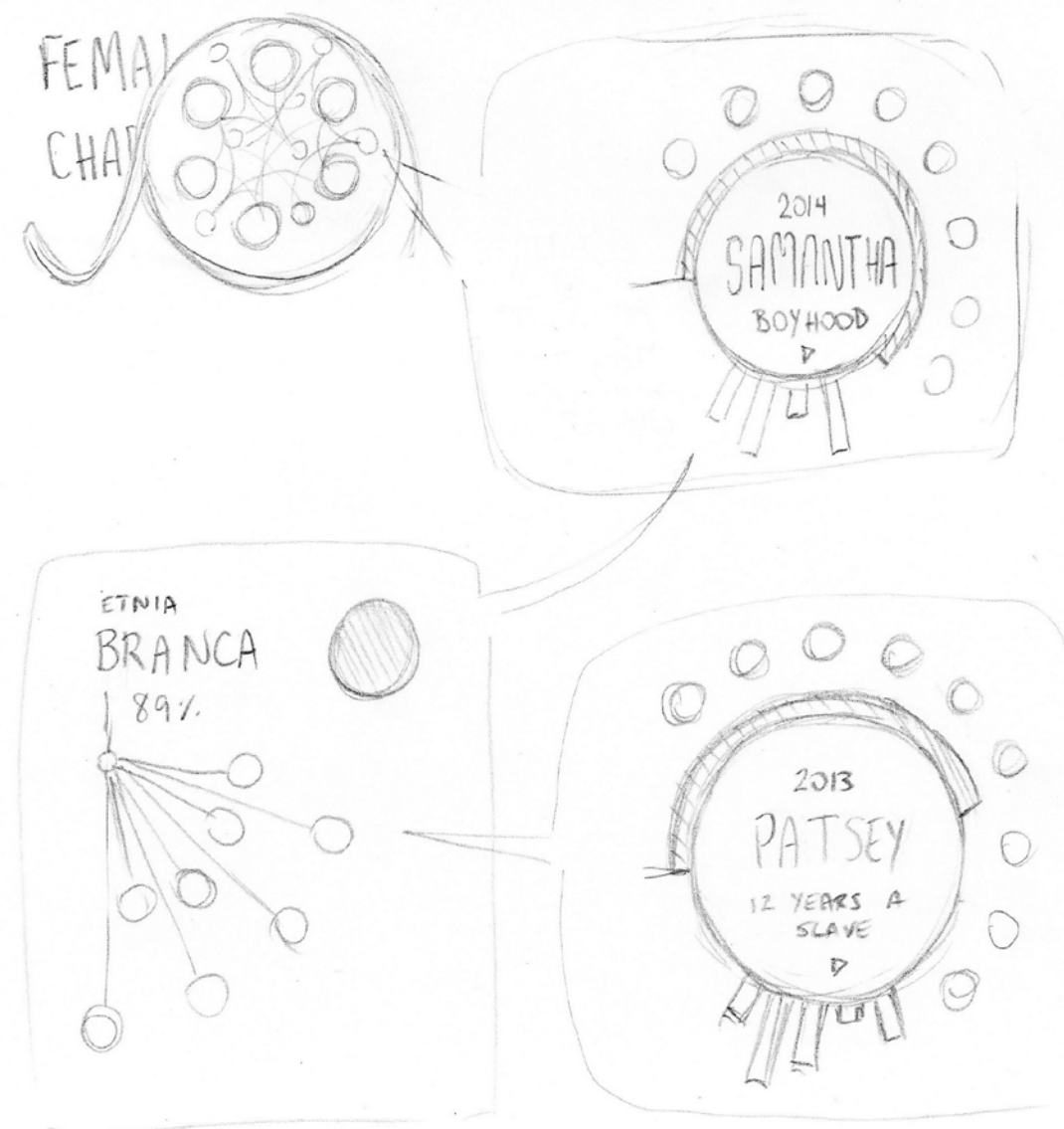
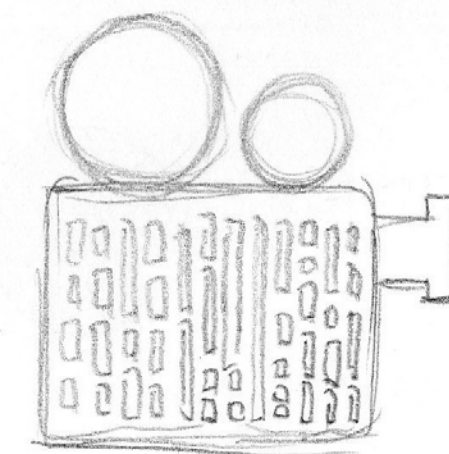
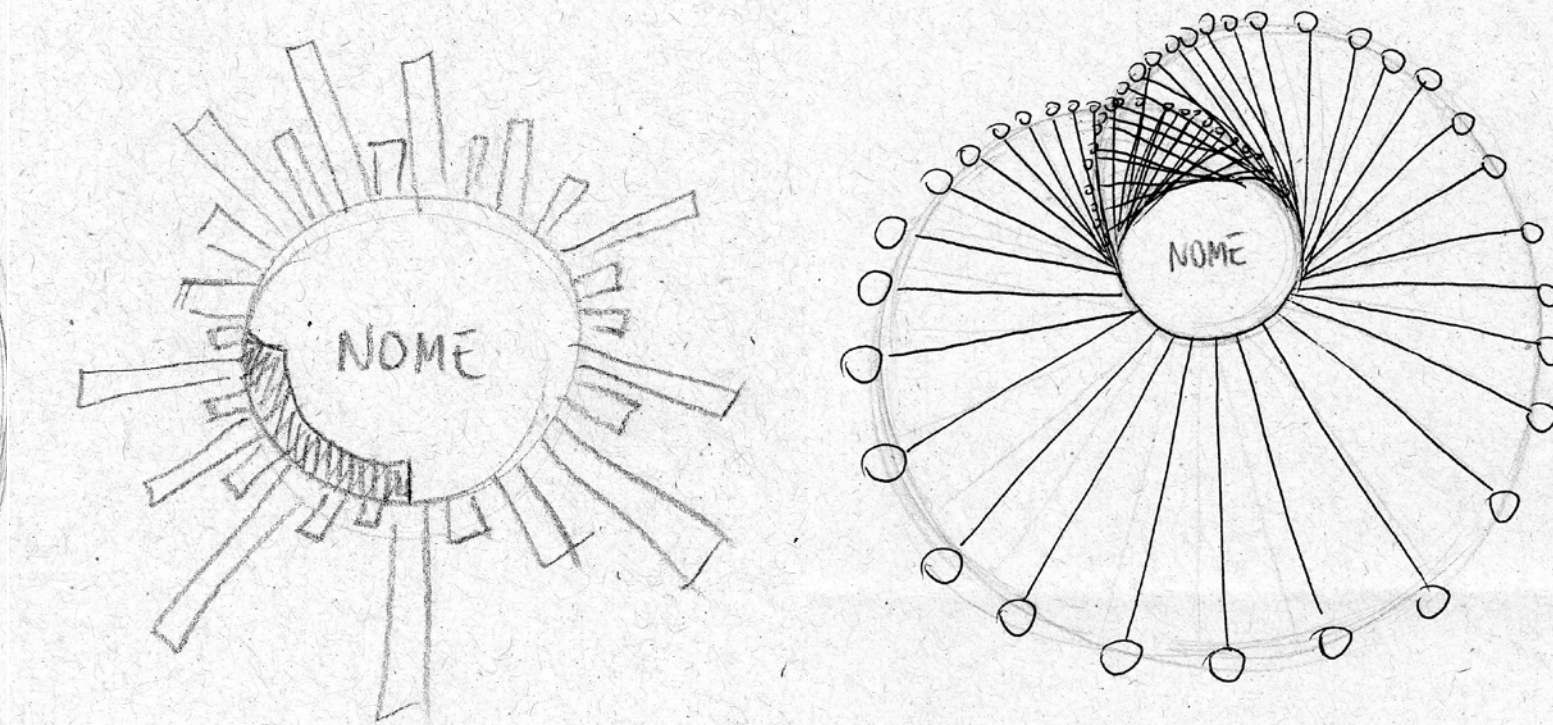
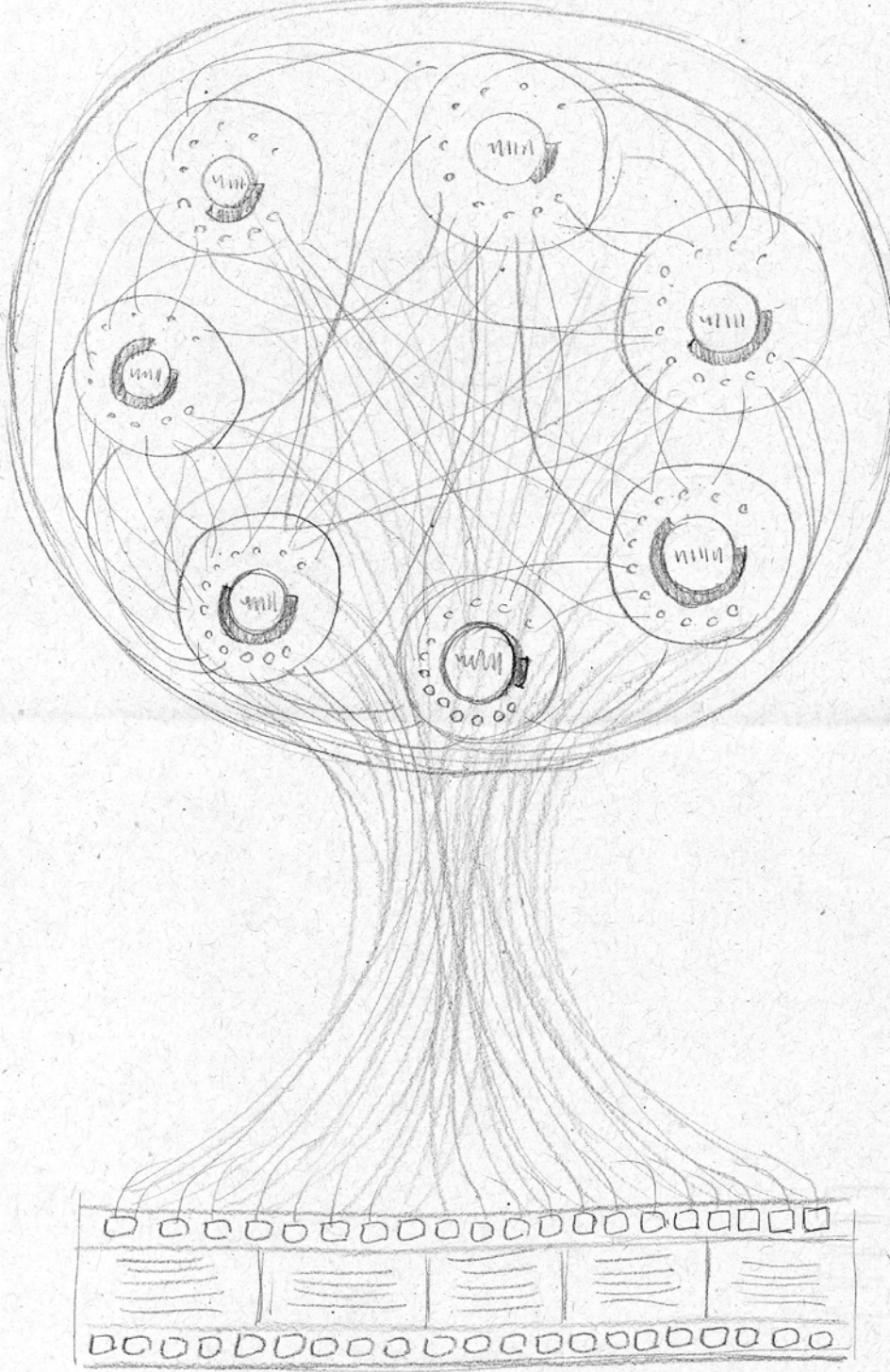
ESTUDOS PARA WEB



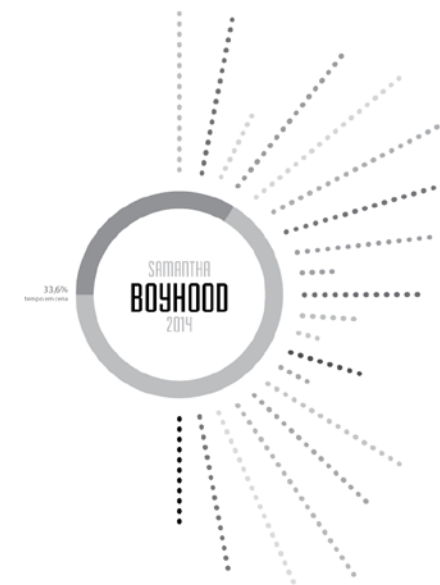
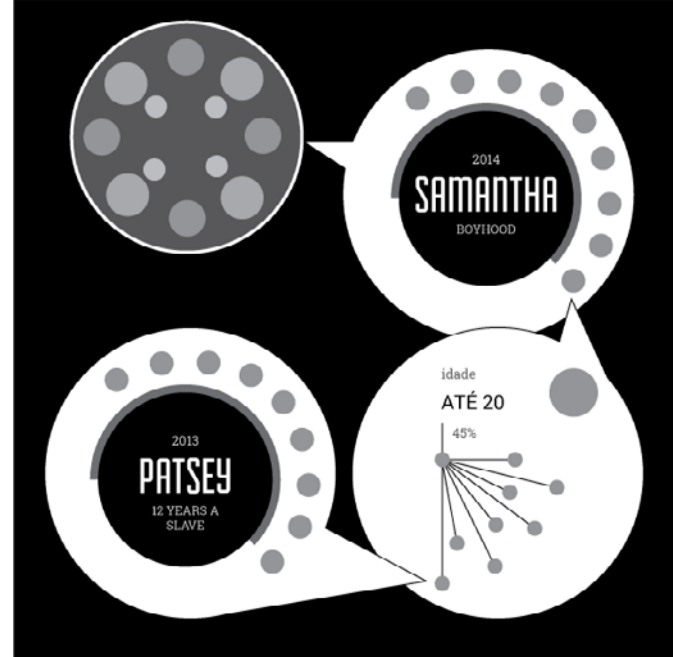
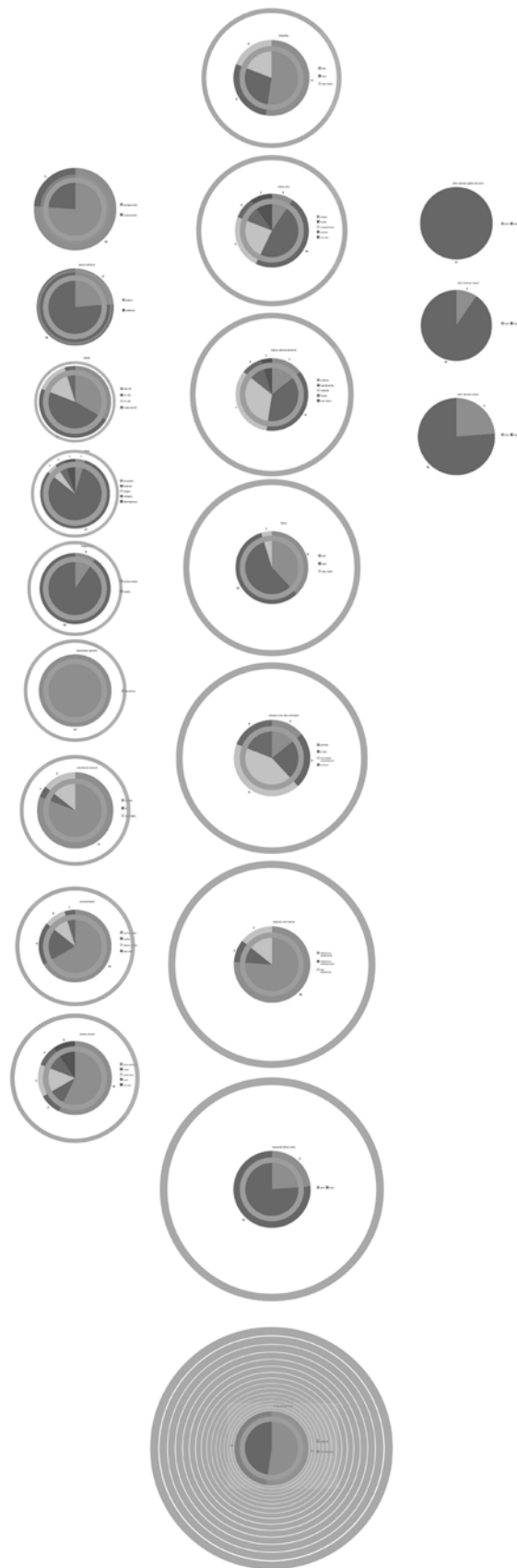


Figuras 37 a 46: Rascunhos do projeto.

Primeiras representações visuais do projeto, imaginando formatos para os dados em rascunhos rápidos em “thumbnails”.



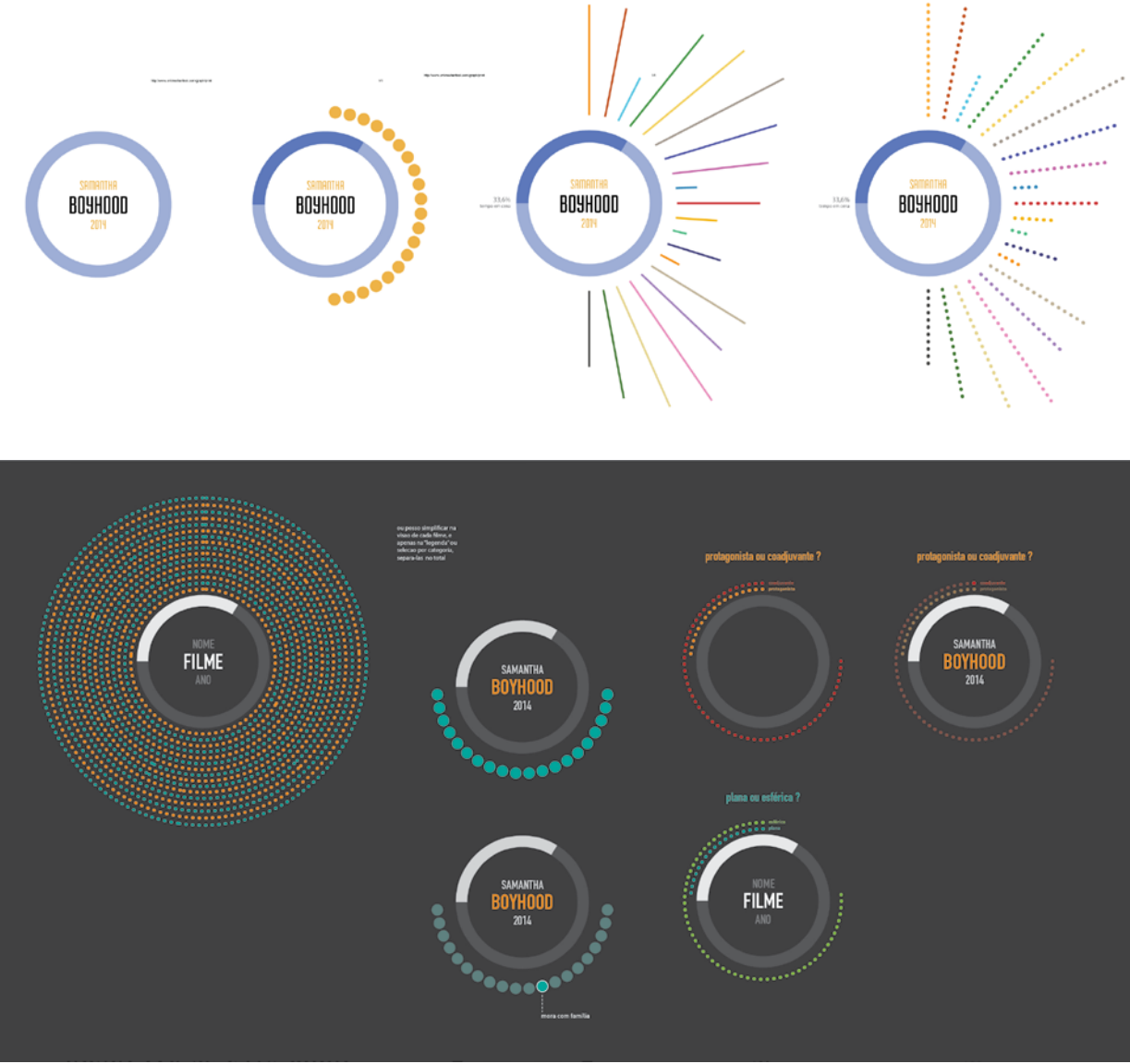
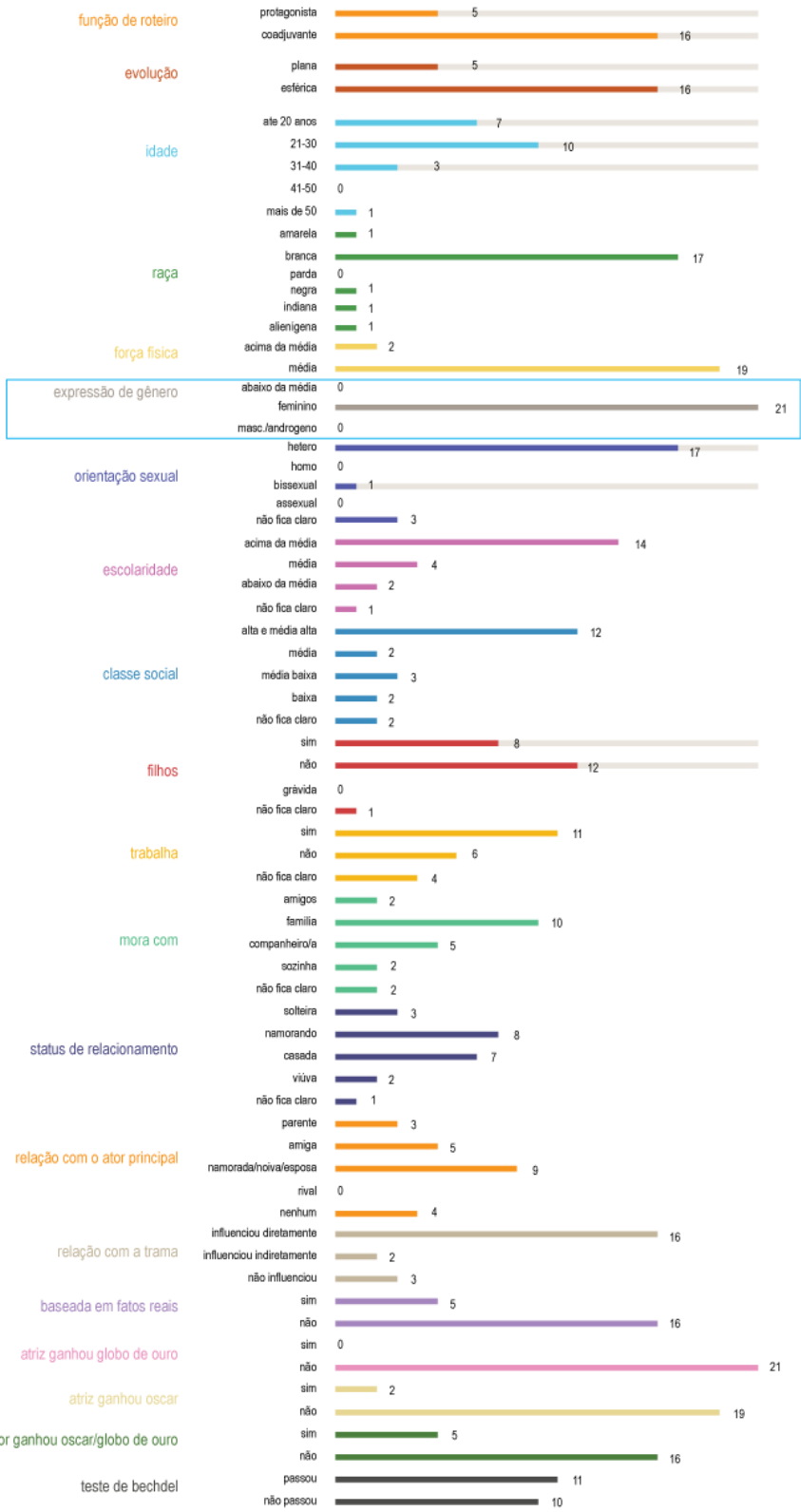
Figuras 47 a 51: Rascunhos do projeto.



ESTUDOS PRETO&BRANCO

Esboços de modelos com maior definição, sem uso de cores para foco e direcionamento das formas visuais, além de efetivamente transformar os dados e características sobre todas as personagens em gráficos formais.

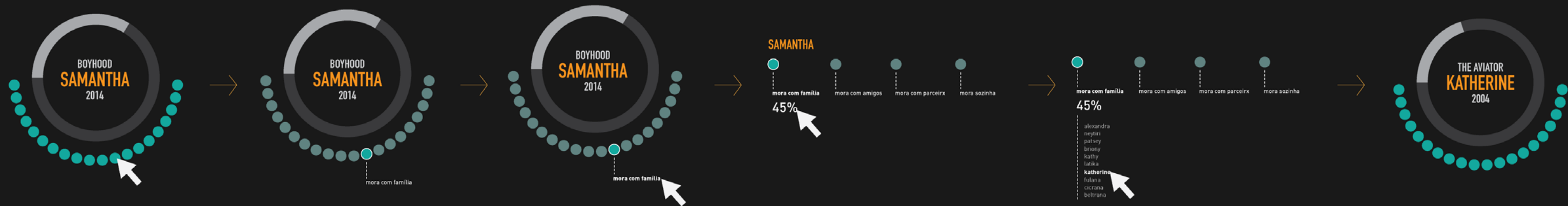
Figuras 52 a 55: Estudos preto e branco.



Figuras 60 a 62: Estudos coloridos.

ESTUDOS COLORIDOS

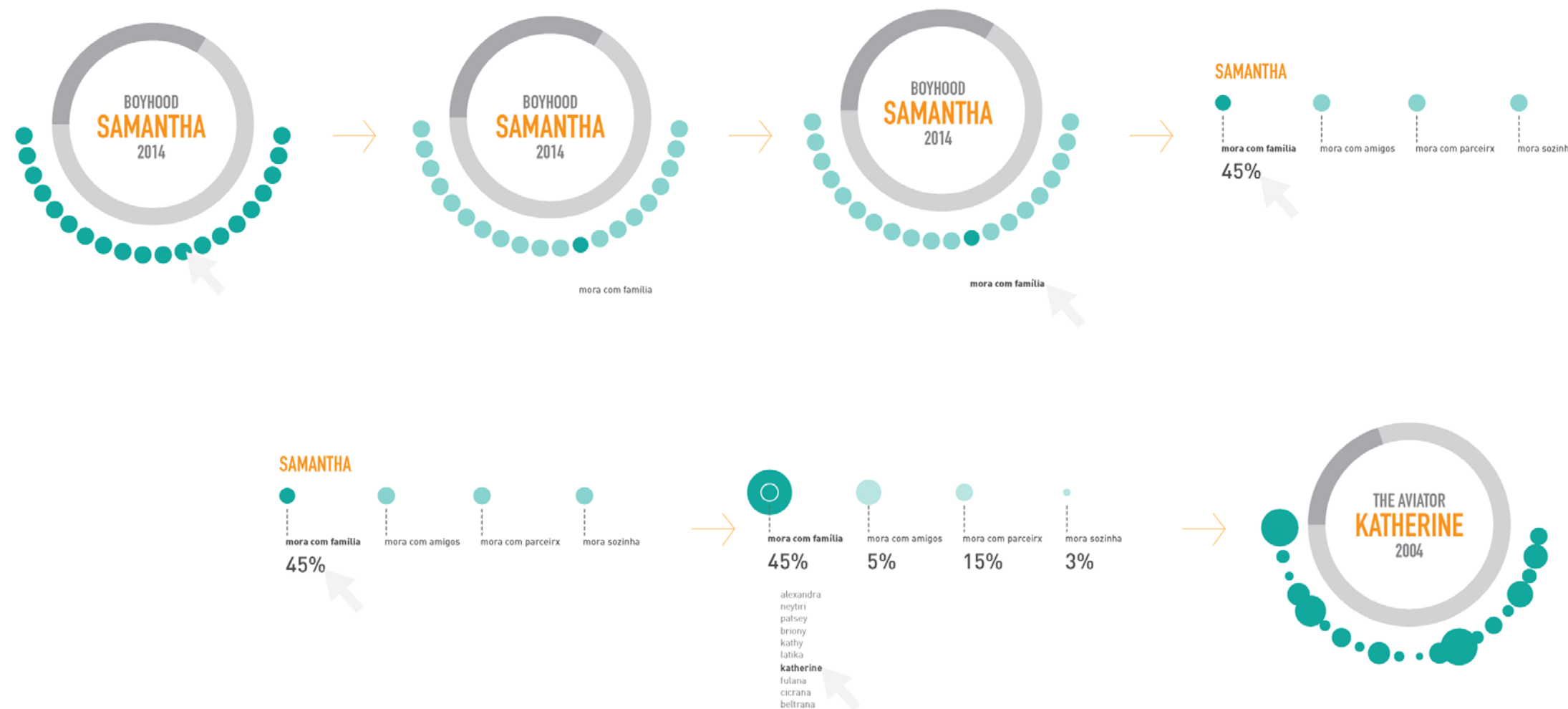
Variados testes de cores nos formatos definidos em preto e branco. Conforme os novos modelos são criados, foi pensado sua eficácia em transmitir os dados de modo simplificado, na hierarquia de informação ideal. Para tal fim, também deve ser considerado os contrastes de cores, de modo a orientar o olhar do usuário. Além disso, procurou-se não utilizar as cores de maneira que seus simbolismos remetesse à dicotomia feminino vs. masculino, como o rosa e azul.



Figuras 63 a 65: Estudos coloridos.



3.2



Figuras 66 e 67: Estudos coloridos.





LOGO



LOGO



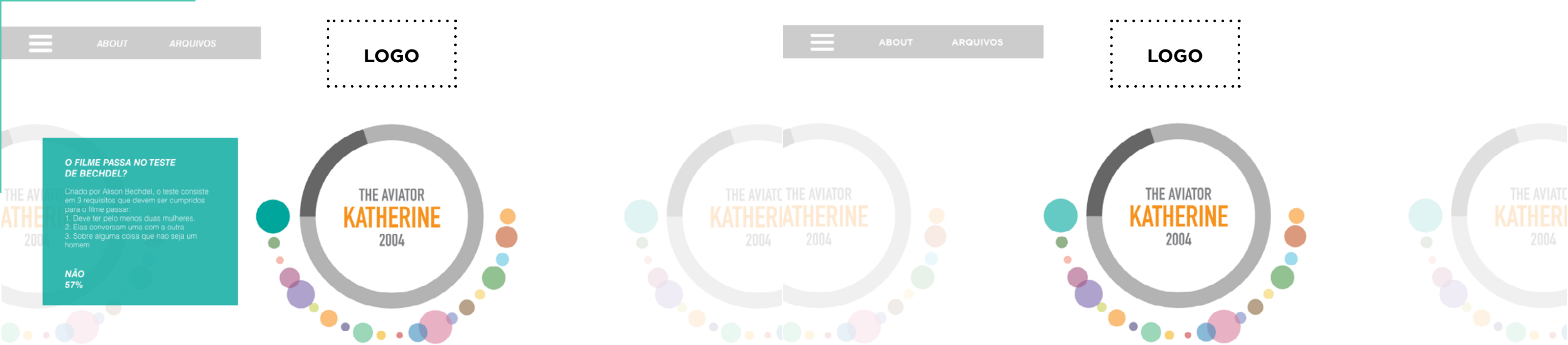
As personagens destacadas possuem a mesma característica(aberta) da personagem acima



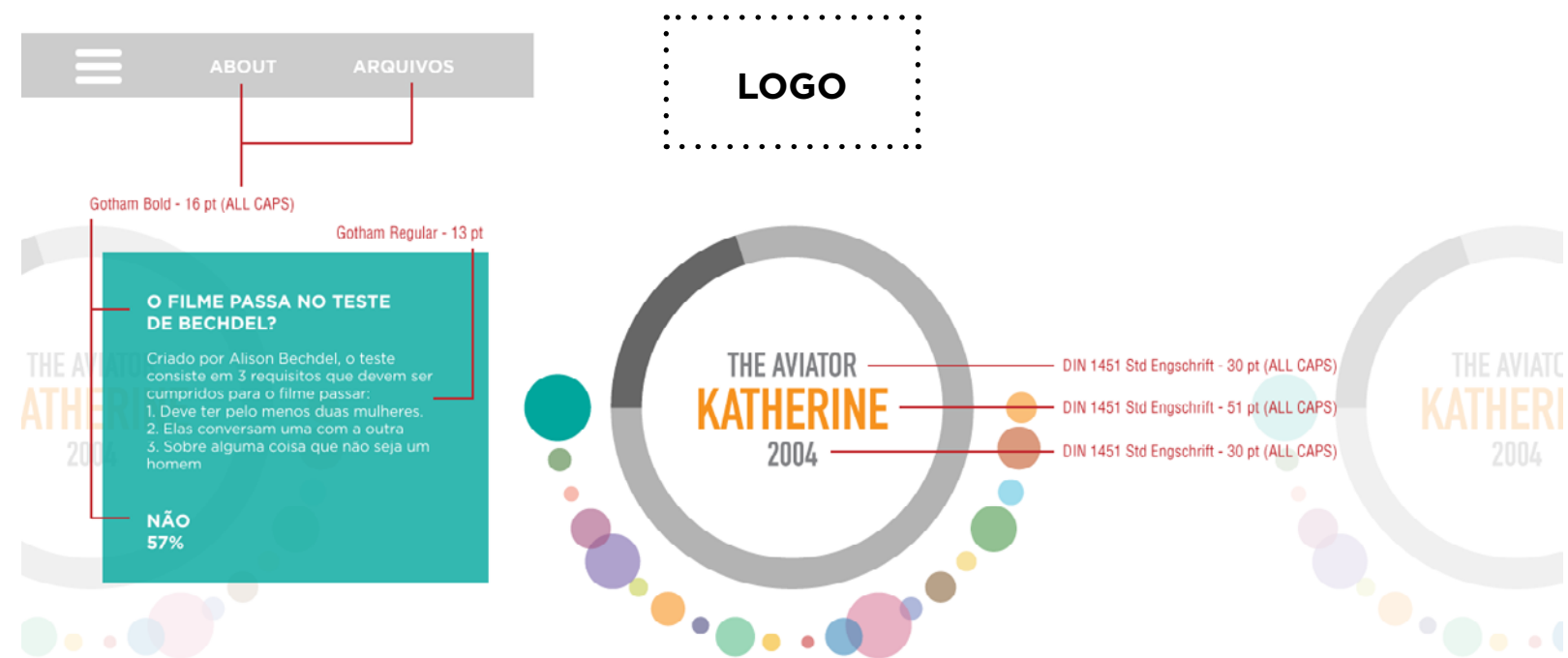
ESTUDOS PARA WEB

Transferência do estudo colorido concluinte para protótipo de tela de um website interativo. Houveram algumas mudanças de cor no processo, mas principalmente realizou-se testes pensando em como cada parte reagiria com o contato do usuário.

Figuras 68 e 69: Estudos de layout e telas do website.



As personagens destacadas possuem a mesma característica(aberta) da personagem acima



As personagens destacadas possuem a mesma característica(aberta) da personagem acima



Figuras 70 a 72: Estudos de layout e telas do website.

3.3

PROJETO FINALIZADO

Após todos os testes e estudos de modelos, foi concluído o projeto visual, o qual será apresentado neste capítulo. Os dados específicos para cada personagem configuraram aparência personalizada a cada visualização destas.

Segue também a explicação do processo de identidade do projeto, desde seu nome à consolidação do logotipo.

Posteriormente, a fim de criar uma experiência mais realista de interatividade, foi utilizado o MarvelApp, uma plataforma para prototipagem digital de websites e aplicativos.

NAMING

A partir das bases conceituais do projeto, circundando as temáticas sobre cinema, feminismo e representação, o nome atribuído ao projeto foi PAPEL DA MULHER: um jogo de palavras sobre o “papal” cinematográfico das atrizes, e o “papal” social feminino existente. Assim, o nome intersecciona os pilares teóricos, de modo a repensar o uso da palavra “papal”, e o que são estas funções ou obrigações impostas socialmente às mulheres.

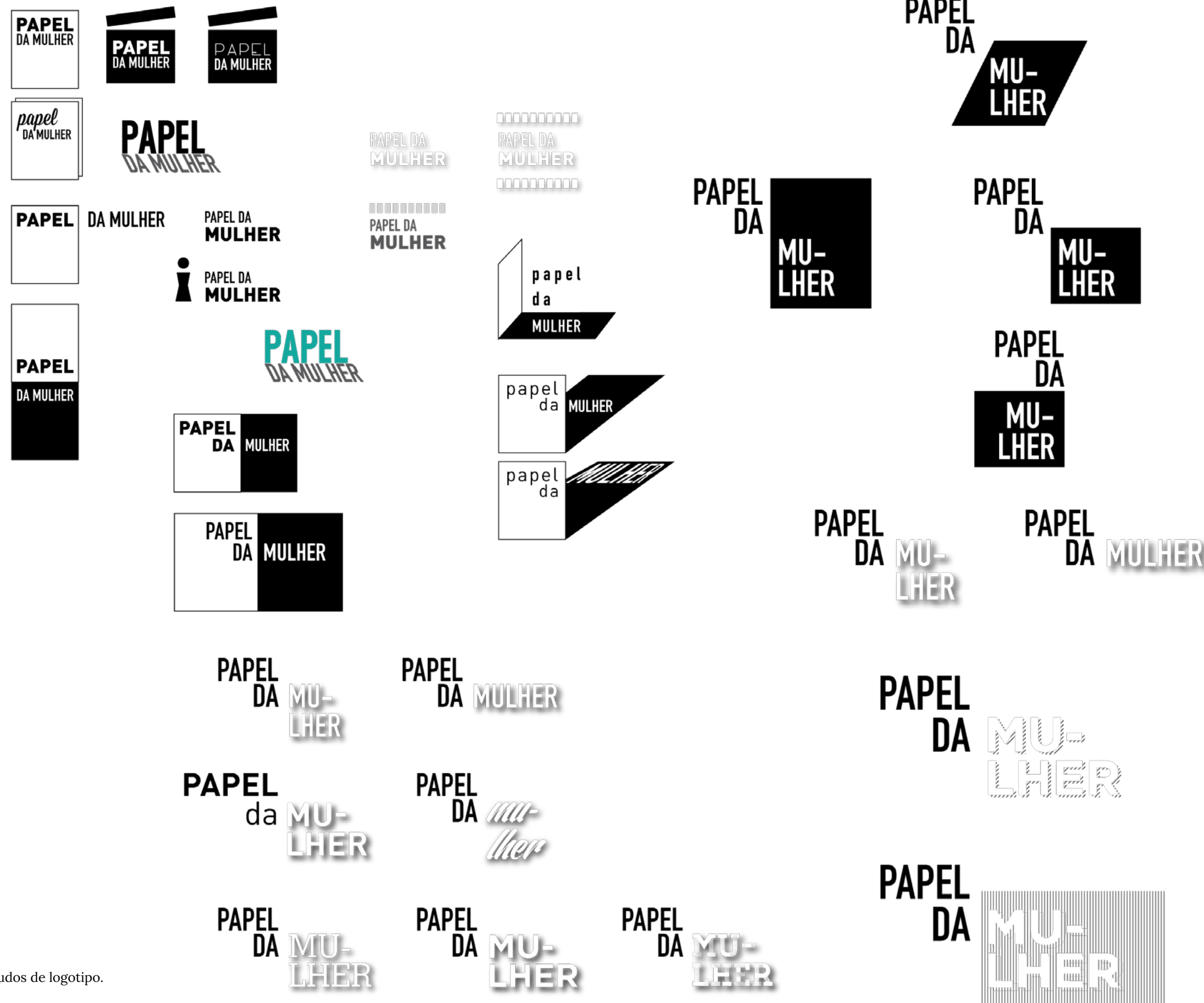


Figura 76: Mapa mental para desenvolvimento do nome final do projeto.

3.3

LOGOTIPO

Logotipos são criados a fim de identificar e representar uma ideia, entidade ou empresa. Assim como o nome, este foi estudado para sintetizar as bases teóricas do projeto. Inicialmente pensado em recorrer às referências imagéticas do cinema, como a claquete, o logotipo foi direcionado a representar a ‘sombra’, abrindo interpretações de que as mulheres estão sempre “escondidas”, ou à margem de seus papéis. A quebra da palavra “Mulher” também é proposital como representação de uma fala interrompida, o ‘corte’ na comunicação da mulher real.



Figuras 77 a 80: Estudos de logotipo.

3.3

PAPEL DA MU- LHER

O logotipo final foi desenvolvido para uso exclusivo no website e relatório do projeto, desta forma não se julgou necessário outras versões (vertical, negativa, etc) para este.

Figura 81: Logotipo final.

3.3

VISUALIZAÇÕES INDIVIDUAIS FINAIS

Seguem as visualizações de cada personagem individual, com suas características dispostas conforme diagrama ao lado. O tamanho dos círculos coloridos refere-se à quantidade de outras personagens que possuem a mesma característica.

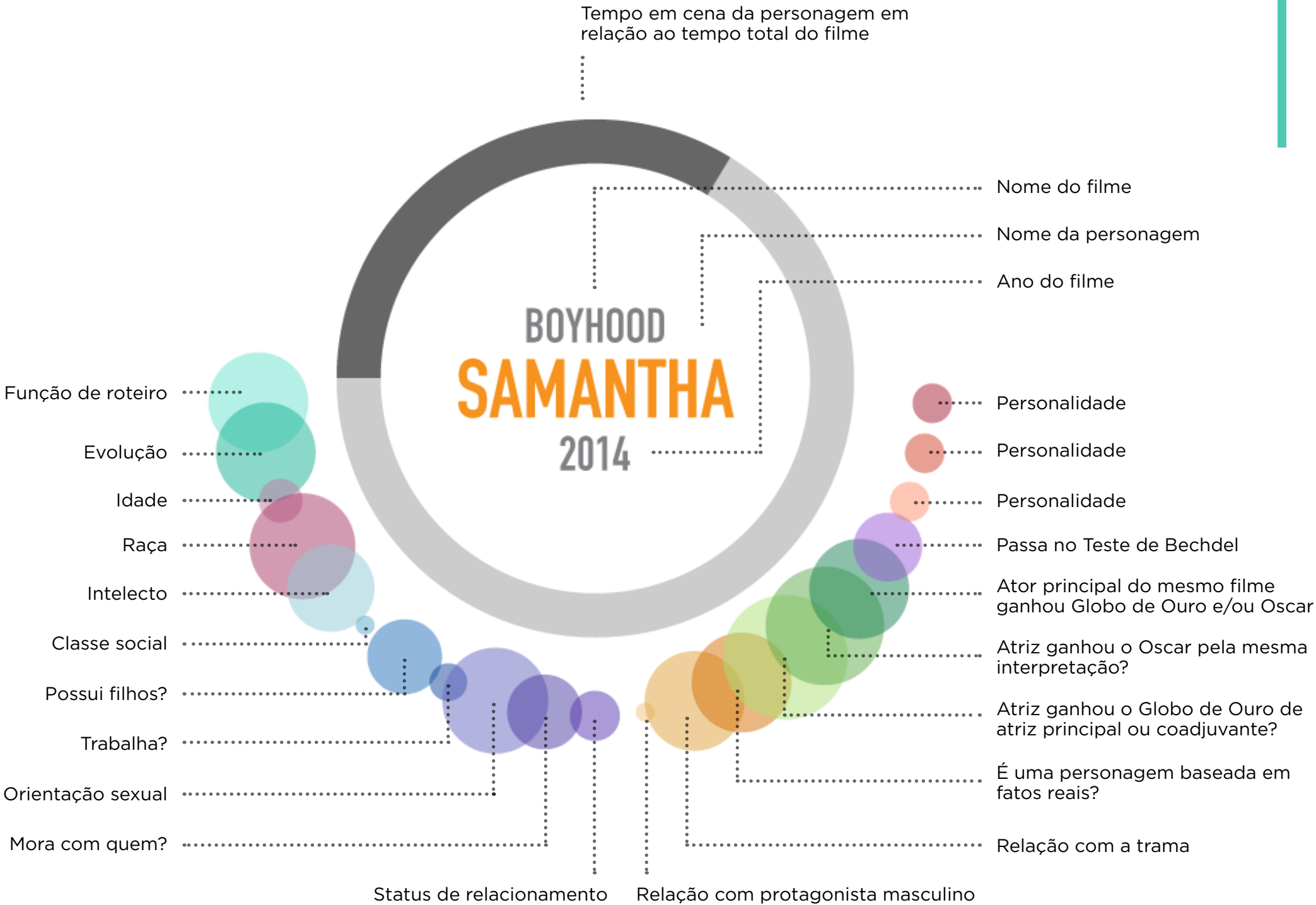
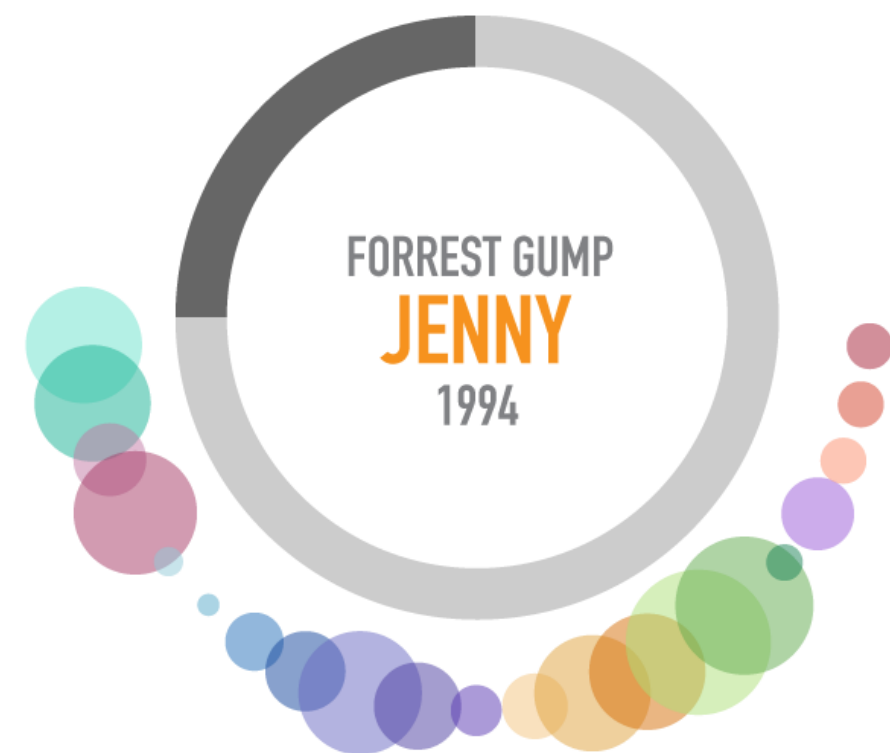


Figura 82: Diagrama da visualização de dados de cada personagem.



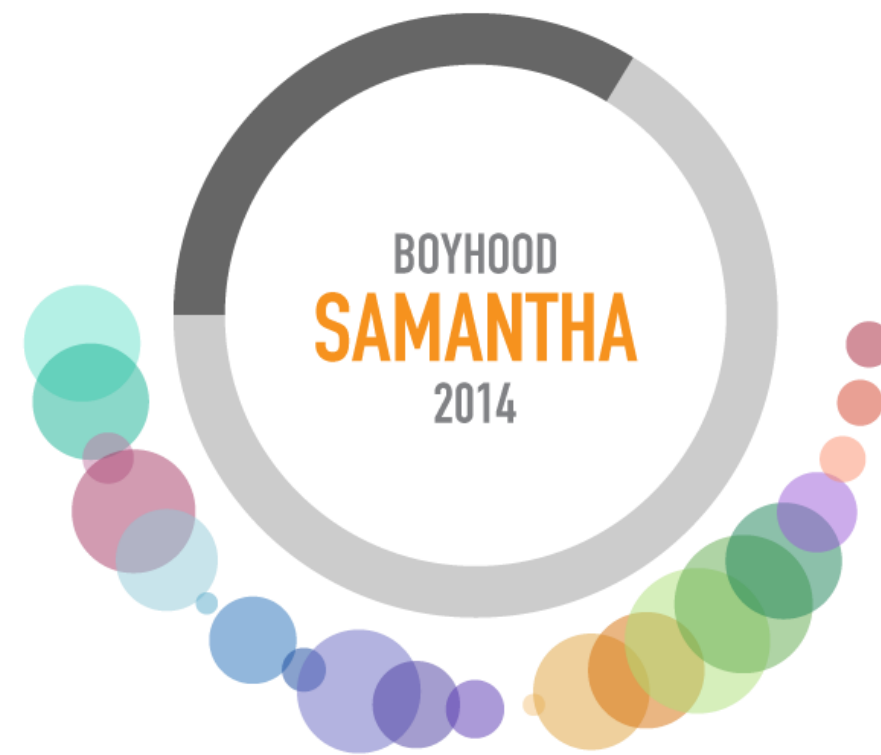
Figuras 83 a 88: Visualizações de cada personagem.



Figuras 89 a 94: Visualizações de cada personagem.



Figuras 94 a 99: Visualizações de cada personagem.



Figuras 100 a 102: Visualizações de cada personagem.

3.3

TELAS FINAIS WEB

Nas próximas páginas estão dispostas os vários modelos de telas para o website final, e por último, o link para o protótipo online, oferecendo a experiência interativa.

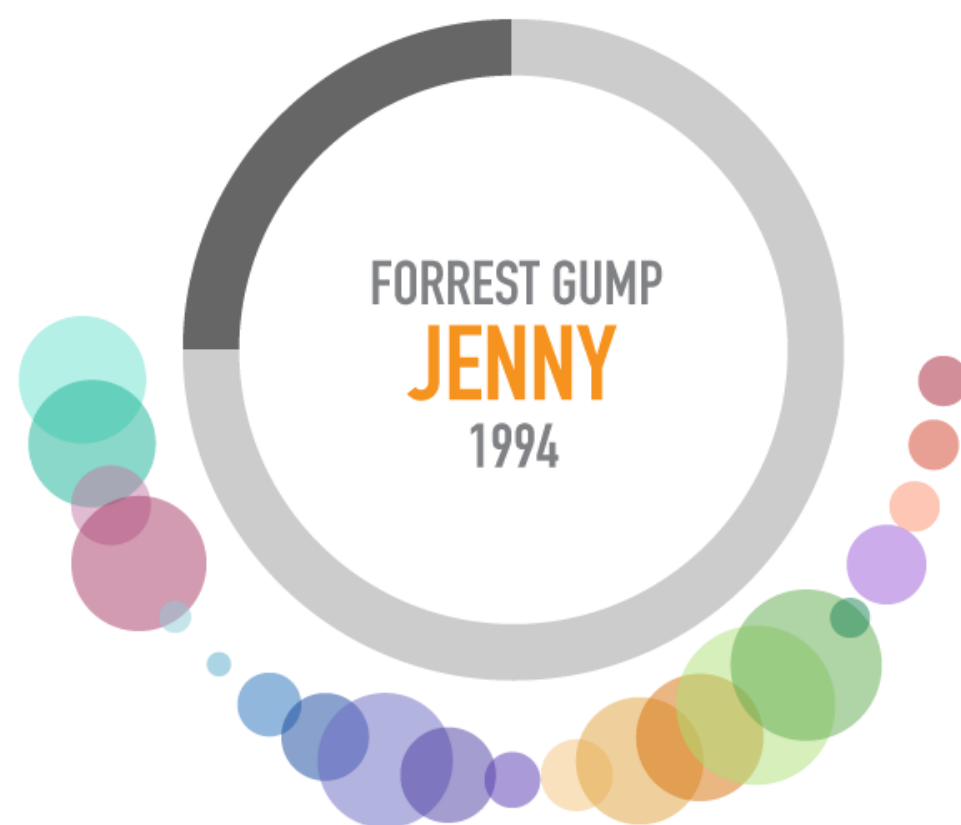
Figuras 103 a 112: Alguns dos modelos de telas finais para web.

PAPEL DA MULHER

Este é um projeto experimental de visualização de dados, sobre as personagens femininas que possuem mais tempo em cena de filmes que ganharam o Globo de Ouro na categoria “Melhor Filme Dramático” de 1995 a 2015.



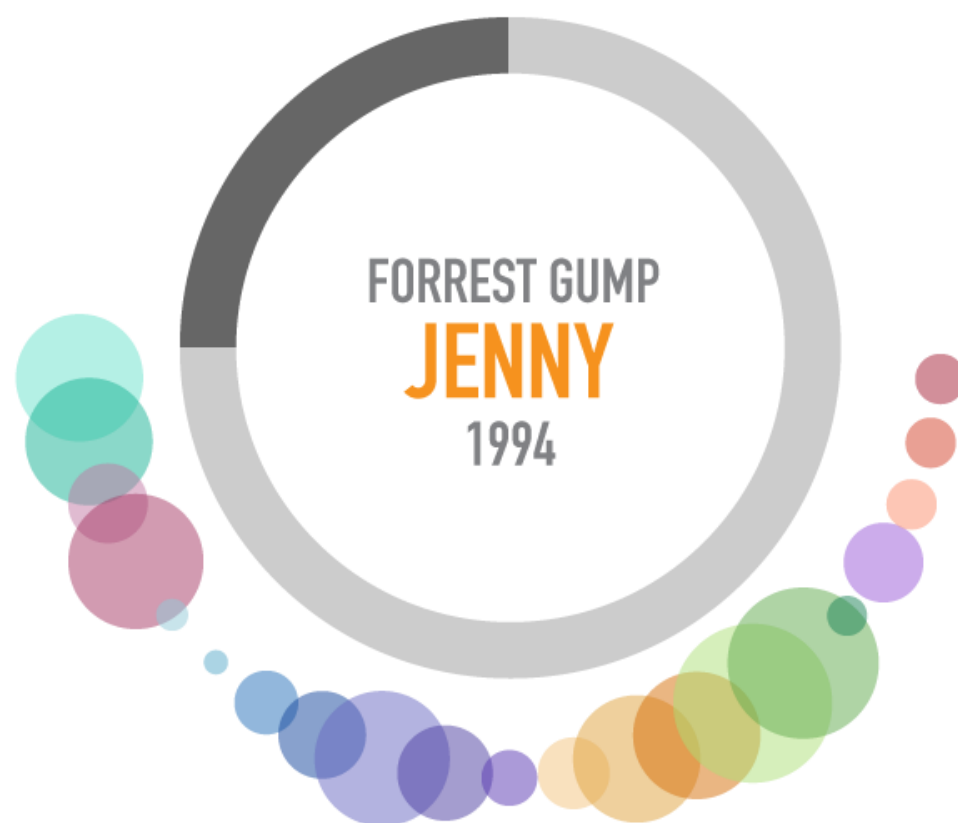
PAPEL DA MULHER





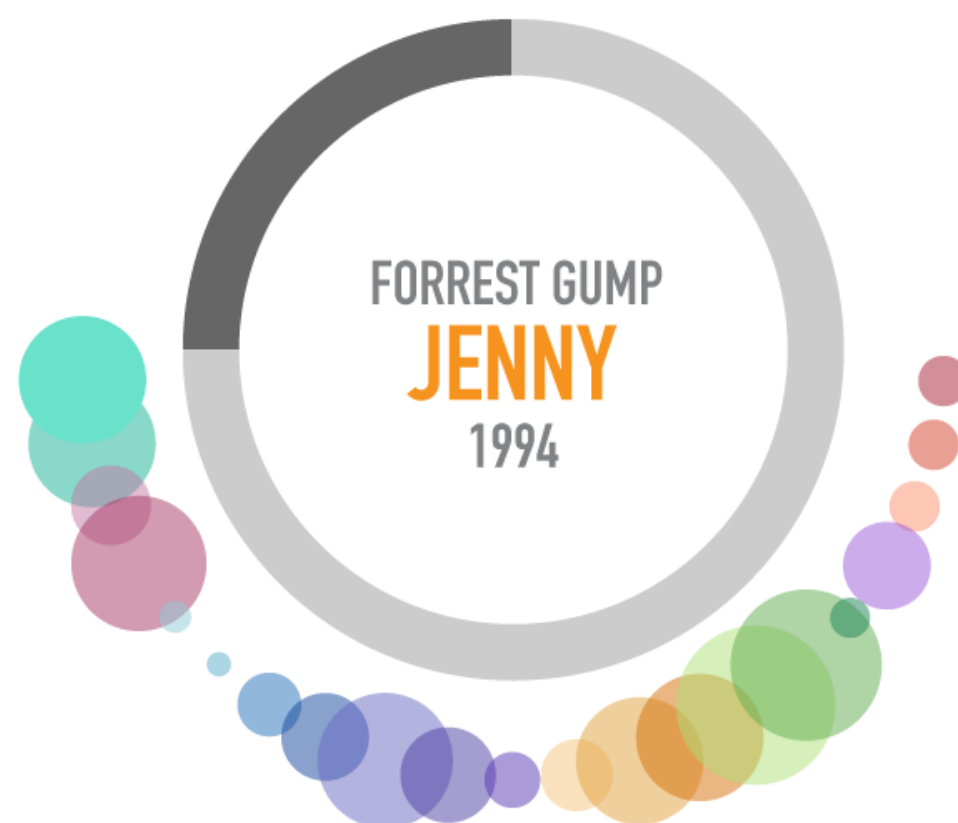
PAPEL DA MULHER

TEMPO DE CENA 35min 33s (142 min)





PAPEL DA MULHER



COADJUVANTE



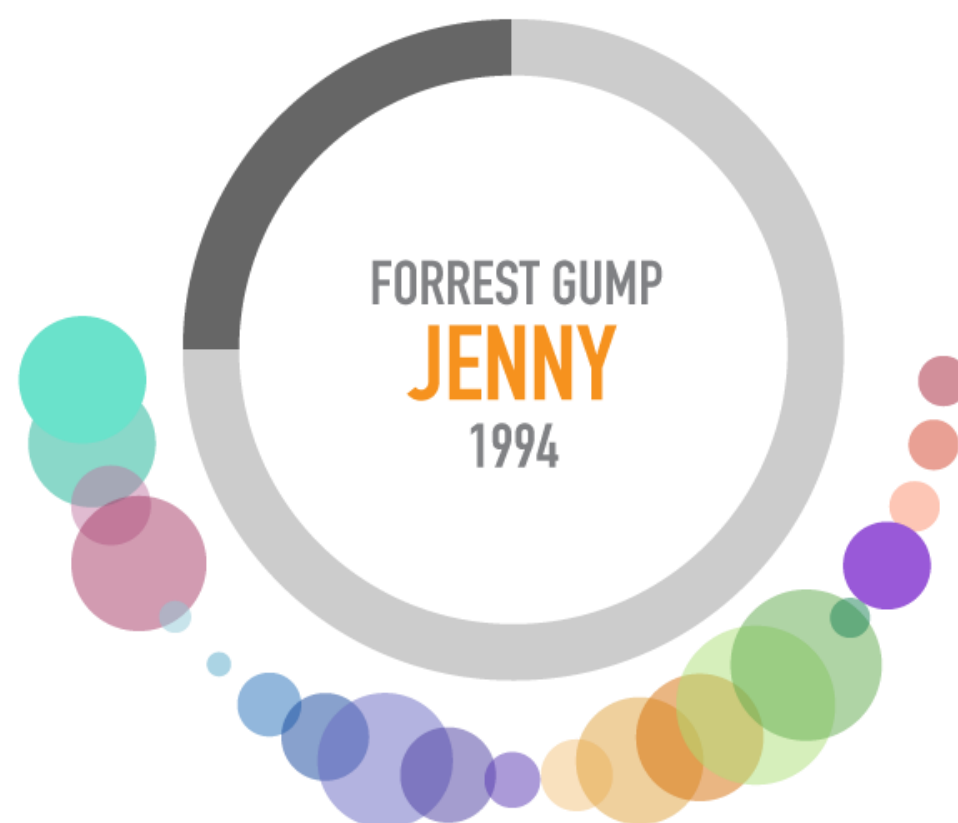


FUNÇÃO DE NARRATIVA

Quanto à função que desempenham na narrativa, as personagens podem ser: a) Protagonista - É a personagem principal em torno do qual se constrói toda a trama; ou b) Coadjuvante - É a personagem que exerce outra função na história, podendo ser ou não relacionada com a história principal.

COADJUVANTE
76,2%

PAPEL DA MULHER



As personagens destacadas possuem a mesma característica(aberta) da personagem acima





PAPEL DA MULHER

TEMPO DE CENA 55min 38s (123 min)





PAPEL DA MULHER



O FILME PASSA NO
TESTE DE BECHDEL



PAPEL DA MULHER



O FILME PASSA NO TESTE DE BECHDEL?

Criado por Alison Bechdel, o teste consiste em 3 requisitos que devem ser cumpridos para o filme passar:

1. Deve ter pelo menos duas mulheres.
2. Elas conversam uma com a outra
3. Sobre alguma coisa que não seja um homem

SIM
52,4%

As personagens destacadas possuem a mesma característica(aberta) da personagem acima

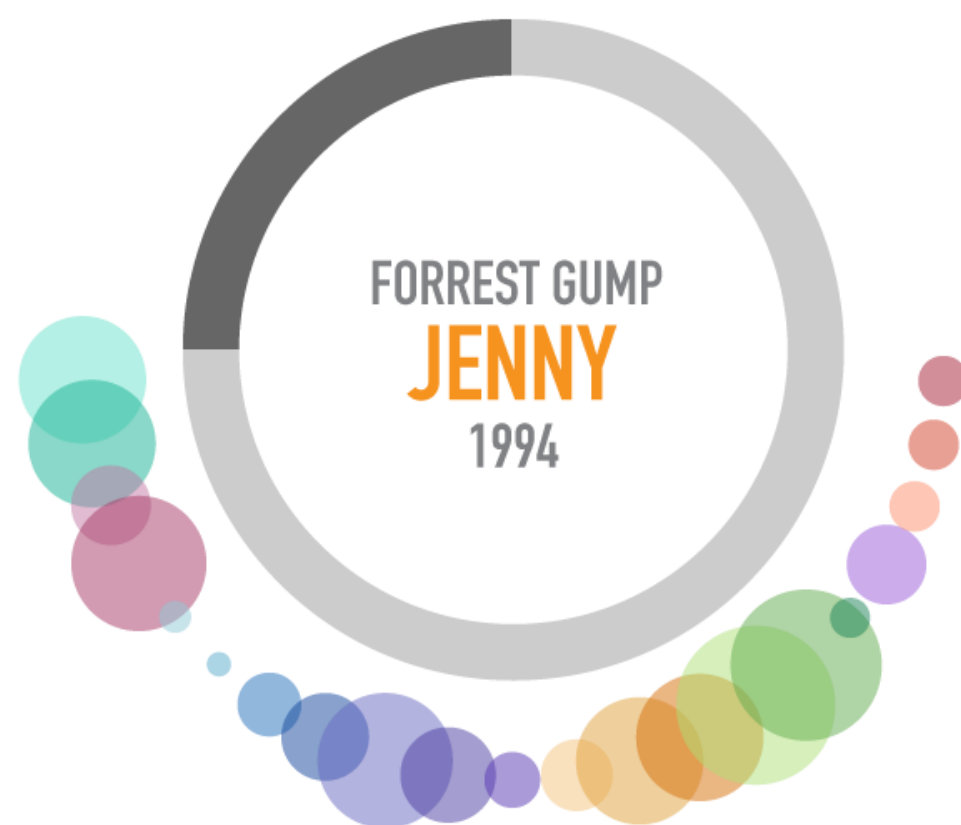




ABOUT

ARQUIVOS

PAPEL DA MULHER





PAPEL DA MULHER

Este projeto foi realizado como o Trabalho de Conclusão de Curso a fim de obter o título de bacharel em design gráfico na Faculdade de arquitetura, artes e comunicação na Universidade Estadual Paulista.

Este é um projeto experimental de visualização de dados, explorando o design de informação envolvendo um assunto de meu interesse há um tempo: feminismo.

A informação relacionada ao tempo das personagens dos filmes não está 100% preciso pois fiz sozinha a análise dos filmes, tampouco as características pessoais colocadas como principais. Teve a supervisão de uma antropóloga, porém peço reconsideração sendo que o maior foco não é a precisão das análises, mas o que as características em geral das personagens representam.

Quem é a mulher apresentada no cinema? Ela possui a diversidade e complexidade necessárias para o sexo feminino se sentir representado?

Muitos outros fatores no cinema, além do roteiro e elenco, devem ser considerados com toda a certeza (confira nos ARQUIVOS um estudo sobre a participação feminina como como diretoras, produtoras, etc de filmes), no entanto neste primeiro momento, escolhi demonstrar esse pequeno fragmento dentro de todos os problemas de sexismo no mundo da sétima arte (e também pois não caberia em um projeto de graduação).

Portanto, como escolha pessoal, a "representação da mulher no cinema Hollywoodiano" foi o tema escolhido para apresentar graficamente, dentro do modo mais interativo e engajador que pude pensar, afim de convidar olhares de todos os tipos de público para terem uma sutil e breve sensação dos tipos de modelos ainda existentes (e recentes) que mulheres do mundo todo são levadas a seguir, padrões ainda tão intrínsecos na sociedade, enfrentados pelas mulheres todos os dias e em todas as mídias.



daniellenakatsu@gmail.com



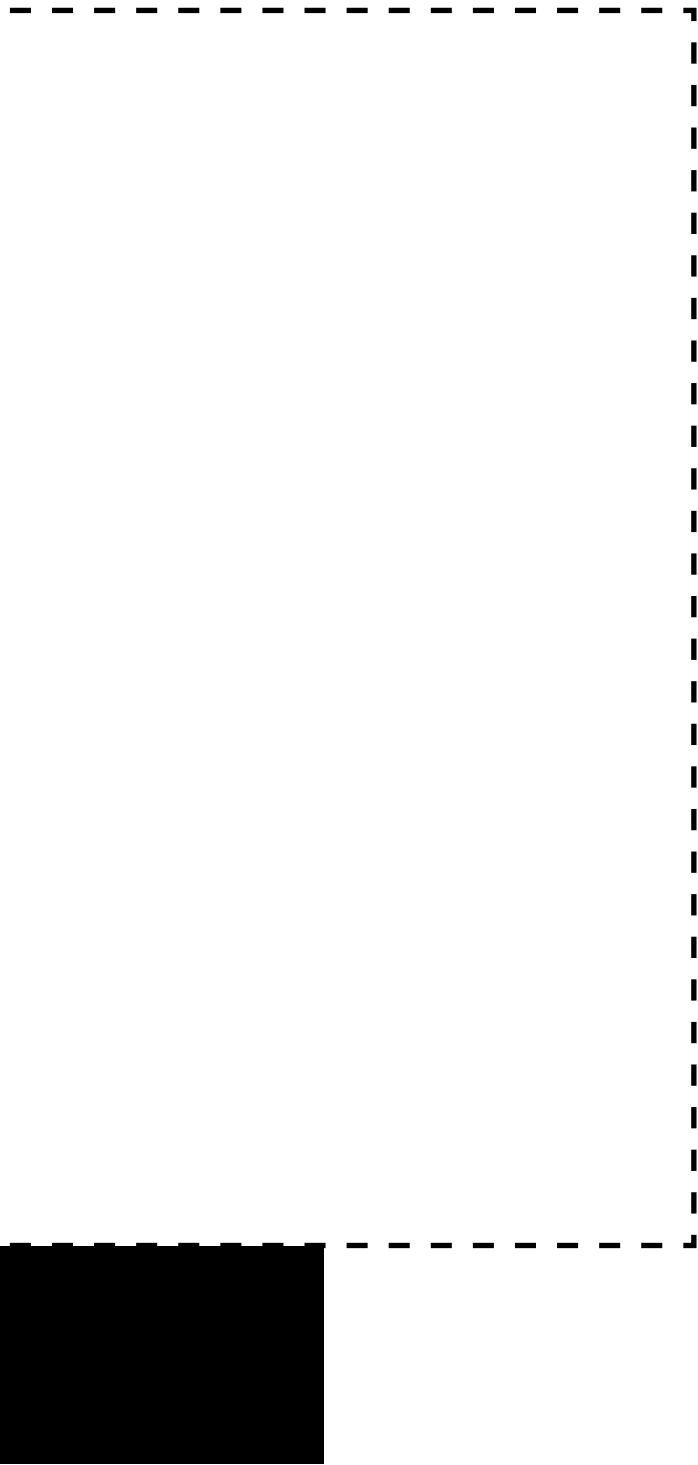
[be.net/daninaomi](https://www.behance.net/daninaomi)

3.3

LINK DO PROTÓTIPO
INTERATIVO ONLINE



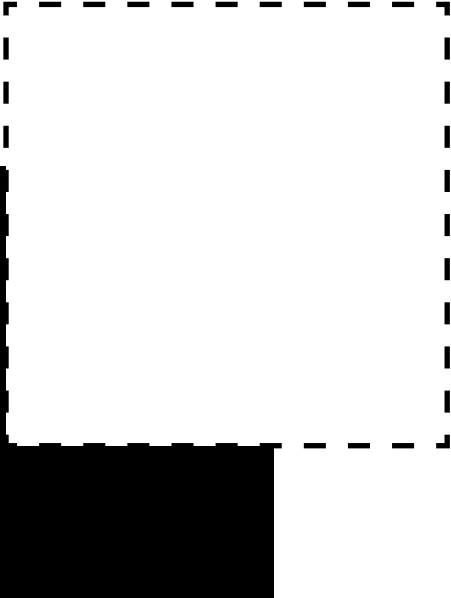
CON-
CLUSÃO



The point is not to
stay marginal, but to
participate in whatever
network of marginal zones
is spawned from other
disciplinary centers and
which, together, constitute
a multiple displacement of
those authorities.

Judith Butler

*A questão não é permanecer marginal, mas participar
de todas as redes de zonas marginais geradas a partir
de outros centro disciplinares, que, juntas, constituam
um deslocamento múltiplo dessas autoridades.*



Ao redigir as considerações finais, é inevitável a auto avaliação e uma análise geral de todos os processos do trabalho. Partindo de questões existenciais (no maior estilo “para o que nascemos”) que originaram reflexões sociológicas, o início deu-se pensando no design com potência para mudanças sociais positivas. No entanto, o projeto final não chegou a ser testado por uma grande quantidade de usuários, a fim de validar as premissas de reconhecer estereótipos femininos e quebrar preconceitos negativos do feminismo.

Contudo, nos decursos para a realização deste estudo, inúmeras pessoas ou grupos com quem tive contato fizeram comentários indicando concordarem com a relevância desta discussão, já que a representação é uma problemática recorrente, e aliada à exposição em uma grande mídia de influência como o cinema, ainda há muito a se explorar. Assim, mesmo que de modo não formalizado e em menor escala, instigar indivíduos e fomentar o debate sobre questões de gênero e mídia foram alguns dos objetivos atingidos, ao longo da própria construção do projeto. E, como

salientado pela metodologia utilizada, há uma ênfase no valor do caminhar, não exclusivamente no fim da jornada.

Durante o desenvolvimento deste trabalho, colegas e amigos comentaram sobre a ligação da representação de gênero, raça e afins na tela, com a representação das pessoas fora dela, por trás das câmeras. E embora o foco tenha sido nas personagens por questões de identificação e público, considero de relevante importância fazer um adendo sobre este tópico, concordando com Andreucci e Teixeira (2011)¹ ao considerar que a mulher não pode ser mera espectadora no processo midiático, mas sim produtora de conhecimentos e comunicação.

¹ ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan Andreucci; TEIXEIRA, Carla Noura. Informação e educação para a cidadania: forças motrizes no empoderamento da mulher e concretização da igualdade de gênero no Brasil.



Claro que há diversos fatores socioeconômicos e culturais, que alteram de região para região, aumentando as variáveis e tornando a questão da desigualdade na produção cinematográfica mais complexa. Porém é evidente sua influência direta na diferenças de representação entre os gêneros das personagens.

Incerta sobre seus possíveis desdobramentos, vou encerrando este projeto. Apesar de temas tão recorrentes na atualidade, achar materiais que ultrapassassem o superficial foi tarefa árdua e com poucos achados que interligassem: feminismo com o design; feminismo com cinema; design com cinema; e ainda mais difícil sendo uma conexão dos três. Uma pesquisa de densidade e extensão maior do que esperada, no entanto com imensa relevância pessoal.

Por fim, apresento com grande satisfação este projeto como Trabalho de Conclusão de Curso, não criando esperanças de que ele realmente trará mudanças sociais efetivas como citado, mas talvez como elemento instigante ou de inspiração, e de possibilidades de expansão para futuros designers interessados e/ou preocupados com os mesmos temas. Pois, espera-se, que nenhuma conclusão seja realmente um final definitivo.



BIBLIO- GRAFIA

IMPRESSA

ARMSTRONG, Helen. **Teoria do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

BIELBY, Denise D. **Gender inequality in culture industries: Women and men writers in film and television**. Elsevier Masson SAS, 2009.

BONA, Rafael Jose; BONAZZA, Nadine. E o Oscar de Melhor Atriz Coadjuvante vai para... a Publicidade e Propaganda? Um estudo das características das vencedoras do prêmio no Oscar de 2001 a 2011. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 13., 2012, Chapecó. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**, Chapecó, 2012.

BRAGA, Marcos da Costa. **O Papel Social do Design Gráfico**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

FALUDI, Susan. **Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FERREIRA, A. **Direito à informação, direito à comunicação: direitos fundamentais na Constituição brasileira**. São Paulo: Celso Bastos, Instituto Brasileiro de Direito Constitucional, 1997.

FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). **Gênero em discursos da mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

GUBERNIKOFF, Giselle. **A imagem: representação da mulher no cinema**. Comunicação e Cultura, Caxias do Sul, v. 8, n. 15, jan./jun. 2009

JACOBSON, Robert. **Information Design**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

JANOTTI JR., Jeder. **Entretenimento, produtos midiáticos e fruição estética**. XVIII Encontro da Compós, Belo Horizonte, 2009.

KROLOKKE, Charlotte; SORENSEN, Anne Scott. *Three Waves of Feminism: From Suffragettes to Grrls*. In: **Gender communication theories and analyses: from silence to performance**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2006.

LANGER, Johnni. **Metodologia para análise de estereótipos em filmes históricos**. São Paulo: Revista História Hoje, 2004.

LAURETIS, Tereza de. **Alice Doesn't: feminism, semiotics, cinema**. London: The Mainillan Press, 1978.

LUPTON, Ellen. **Graphic Design Thinking**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

MCCANDLESS, David. **The Visual Miscellaneum**. New York: Harper Design, 2012.

MALUF, Sônia Weidner; MELLO, Cecilia Antakly de; PEDRO, Vanessa. **Políticas do olhar: feminismo e cinema em Laura Mulvey**. Florianópolis: Estudos Feministas, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro:

Editora UFRJ, 1997.

MORAES, Ary. **Infografia: História e Projeto**. São Paulo: Blucher, 2013.

ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO. **Trabalho e família: rumo a novas formas de conciliação com co-responsabilidade social**. Brasília: OIT, 2009

PAPANEK, Victor. **Design for the Real World: Human Ecology and Social Change**. London: Thames & Hudson, 1985.

SHAE, Andrew. **Designing for Social Change**. New York: Princeton Architectural Press, 2012.

TELES, Maria Amélia de Almeida. **Breve história do feminismo no Brasil**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1999.

TUFTE, Edward Rolf. **The Visual Display of Quantitative Information**. Connecticut: Graphic Press LLC, 2001.

UNESCO. **Relatório Global UNESCO: abrindo novos caminhos para o empoderamento TIC no acesso à informação e ao conhecimento para as pessoas com deficiência**. São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2014.

UNWIN, Antony; THEUS, Martin, HOFMANN, Heike. **Graphics of Large Datasets**. New York: Springer, 2006.

YAU, Nathan. **Vizualize Isto: O Guia do FlowingData para Design, Visualização e Estatística**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2012.

DIGITAL

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. **TED TALKS - We should all be feminists**. Disponível em: <www.ted.com/talks/chimamanda_ngozi_adichie_we_should_all_be_feminists?language=pt-br> Acesso em: 15 mai. 2015.

AFP. **‘As caça-fantasmas’ é alvo de ataque machista ‘assustador’, diz diretor**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/cinema/noticia/2016/06/caca-fantasmas-diretor-diz-ser-alvo-de-ataque-machista-assustador.html>>. Acesso em: 04 jul. 2016.

ANDREUCCI, Ana Claudia Pompeu Torezan; TEIXEIRA, Carla Noura. **Informação e educação para a cidadania: forças motrizes no empoderamento da mulher e concretização da igualdade de gênero no Brasil**. Disponível em: <editorarevistas.mackenzie.br/index.php/rmd/article/view/4743>. Acesso em: 30 jun. 2016.

BAHIANA, Ana Maria. **Por que os Globos de Ouro são importantes. (E os Oscars também.)**. Disponível em: <<https://anamariabahiana.blogosfera.uol.com.br/2013/01/17/por-que-os-globos-de-ouro-sao-importantes-e-os-oscars-tambem/>> Acesso em: 11 jul. 2016.

CARDOSO, Tatiana Cristina; FREITAS JUNIOR, Edson Ferreira de. **Cinema Hollywoodiano: A imagem da mulher sob o olhar da lente masculina**. Disponível em: <<http://www.congressohistoriajatai.org/anais2011/link%2079.pdf>> Acesso em: 12 out. 2015.

FREITAS, Ana. **A origem do conceito de empoderamento, a palavra da vez**. Disponível em:

<www.nexojornal.com.br/expresso/2016/10/06/A-origem-do-conceito-de-empoderamento-a-palavra-da-vez>. Acesso em: 24 mai. 2017.

GEENA DAVIS INSTITUTE. **Cinema and Society: Investigation on the Impact of Gender Representation in Brazilian Films**. Disponível em: <<https://seejane.org/wp-content/uploads/cinema-and-society-investigation-of-the-impact-on-gender-representation-in-brazilian-films.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2016.

MCCANDLESS, David. **TED TALKS - The beauty of data visualization**. Disponível em: <www.ted.com/talks/david_mccandless_the_beauty_of_data_visualization?language=en> Acesso em: 6 mai. 2016.

OBSERVATÓRIO DA MULHER. **Mulher, mídia e controle social**. Disponível em: <observatoriodamulher.org.br>. Acesso em: 15 mar. 2016.

RIBEIRO, Daniel Melo. **Visualização de dados na Internet**. Disponível em: <http://www.danielmelo.net/wp-content/uploads/2009/03/dissertacao_final.pdf> Acesso em: 2 abr. 2016.

ROSLING, Hans. **TED TALKS - Let my dataset change your mindset**. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/hans_rosling_at_state> Acesso em: 7 mai. 2016.

SALGADO, Lucas. **Star Wars - O Despertar da Força sofre ameaça de boicote por ter mulher e negro como protagonistas**. Disponível em: <[\[adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116719/\]\(http://adorocinema.com/noticias/filmes/noticia-116719/\)>. Acesso em: 14 nov. 2015.](http://www.</p></div><div data-bbox=)

SMELIK, Anneke. **Feminist Film Theory**. Disponível em: <www.annekesmelik.nl/TheCinemaBook.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2016.

SMITH, Dr. Stacy L; CHOUEITI, Marc; PIEPER, Dr. Katherine. **Inequality in 700 Popular Films: Examining Portrayals of Gender, Race & LGBT Status from 2007 to 2014**. Los Angeles: [s.n.], 2015. Disponível em: <<http://annenbergh.usc.edu/pages/~media/MDSCI/Inequality%20in%20700%20Popular%20Films%208215%20Final%20for%20Posting.ashx>>. Acesso em: 16 set. 2016.

SOUSA, Gizelli. **Mad Max: Estrada da Fúria (Feminista)**. Disponível em: <<http://maiordigressao.blogspot.com.br/2015/05/mad-max-estrada-da-furia-feminista.html>>. Acesso em: 03 dez. 2015.

WALKER, Rebecca. **Becoming the Third Wave**. Disponível em: <www.msmagazine.com/spring2002/BecomingThirdWaveRebeccaWalker.pdf> Acesso em: 22 jun. 2017.

WILSON, Sarah. **Bechdel Rule still applies to portrayal of women in films**. Disponível em: <www.oudaily.com/1_and_a/arts_and_entertainment/column-bechdel-rule-still-applies-to-portrayal-of-women-in/article_d3dc6a7d-8fcb-589c-885a-649fe33db5e1.html>. Acesso em: 11 abr. 2017.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Manifesto “First Things First” publicado em 1964. Disponível em: <designishistory.com/1960/first-things-first> Acesso em: 05 jun 2017.

Figura 02: Diagrama do Complexo da Função. Desenvolvido pela autora.

Figura 03: Receptor de rádio desenvolvido por Papanek e George Seeger. Disponível em: <<https://www.forbes.com/forbes/welcome/?toURL=https://www.forbes.com/sites/jonathonkeats/2014/11/06/new-york-exhibit-shows-how-victor-papanek-pioneered-sustainable-design-in-the-60s-and-why-contemporary-designers-are-still-lagging/&refURL=https://www.google.com.br/&referrer=https://www.google.com.br/>> Acesso em: 4 jun 2017.

Figuras 04 e 05: Partes do folder de direitos para vendedores de rua. Disponível em: <<http://welcometocup.org/Projects/MakingPolicyPublic/VendorPower>> Acesso em: 2 jul 2017.

Figura 06: Projeto de Abrigo Temporário de Baixo Custo para Refugiados. Disponível em: <<http://archinect.com/tinahovsepian/project/cardborigami-instant-space>> Acesso em: 2 jul 2017.

Figura 07: Cena da versão cinematográfica de “Ensaio sobre a Cegueira”, 2008. Disponível em: <<http://www.cinepop.com.br/filmes/>

ensaiosobrecegueira.htm> Acesso em: 20 jun 2017.

Figura 08: Visualização de dados sobre expectativa de vida por Nathan Yau. Disponível em: <<https://www.wired.com/2017/02/25-visualizations-spin-data-25-different-styles/>> Acesso em: 2 jul 2017.

Figura 09: Diagrama sobre “O que faz uma boa visualização” por David McCandless. Disponível em: <<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/what-makes-a-good-data-visualization/>> Acesso em: 1 jul 2017.

Figura 10: Visualização “Como ganhar um Oscar” por Christian Tate. Disponível em: <<http://www.christiantate.co.uk/?p=806>> Acesso em: 23 set 2016.

Figura 11: Cena do filme “Bonequinha de Luxo”, 1961. Disponível em: <<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/736x/17/34/5e/17345e007dcc7d3934a40c20636177b9--old-movie-quotes-classic-movie-quotes.jpg>> Acesso em: 2 jul 2017.

Figura 12: Quadrinho “The Rule” onde foi baseado o Teste de Bechdel. Disponível em: <<http://dykestowatchoutfor.com/the-rule>> Acesso em: 2 jul 2017.

Figura 13: Dados da pesquisa do Instituto Geena Davis, 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/03/1747417-audiovisual-do-brasil-e-sexista-diz-pesquisa-de-ong-de-geena-davis.shtml>> Acesso em: 11 jul 2017.

Figura 14: Fotografia das análises realizadas individualmente para cada filme.

Figura 15: Visualização de dados “Oriente Médio – Membros chaves e relacionamentos notáveis”. Disponível em: <<http://www.informationisbeautiful.net/visualizations/the-middle-east-key-players-notable-relationships/>> Acesso em 8 ago 2015.

Figuras 16 a 18: Projetos de visualizações do estúdio Catalogtree. Disponível em: <http://www.catalogtree.net/information_design/> Acesso em: 5 nov 2016.

Figuras 19, 20: Projetos de visualização de Giorgia Lupi. Disponível em: <<http://giorgialupi.com/>> Acesso em: 3 jul 2017.

Figuras 21 e 22: Projetos de visualizações do estúdio Accurat. Disponível em: <<http://www.accurat.it/>> Acesso em: 3 jul 2017.

Figuras 23 a 25: Projeto “Trendviz” do estúdio CleverFranke. Disponível em: <<https://www.cleverfranke.com/work/trendviz>> Acesso em: 6 mai 2016.

Figuras 26 e 27: Instalação “From Over Here” de Paul May. Disponível em: <http://infosthetics.com/archives/2011/03/from_over_here_a_physical_representation_of_news.html> Acesso em: 3 jul 2017.



Figuras 28 a 30: Instalação “What made me” de Dorota Grabkowska e Kuba Kolec. Disponível em: <<https://www.behance.net/gallery/4419469/WHAT-MADE-ME-Interactive-Public-Installation>> Acesso em: 1 jul 2017.

Figuras 31 a 33: Projeto “Film Dialogue” de Hanah Anderson e Matt Daniels. Disponível em: <<https://pudding.cool/2017/03/film-dialogue/index.html>> Acesso em: 4 jul 2017.

Figuras 34 a 36: Projeto “Stereotypes” do estúdio Bocoup. Disponível em: <<http://stereotropes.bocoup.com/>> Acesso em: 11 ago 2016.

Figuras 37 a 51: Rascunhos do projeto. Desenvolvido pela autora.

Figuras 52 a 59: Estudos preto e branco. Desenvolvido pela autora.

Figuras 60 a 67: Estudos coloridos. Desenvolvido pela autora.

Figuras 68 e 75: Estudos de layout e telas do website. Desenvolvido pela autora.

Figura 76: Mapa mental para desenvolvimento do nome final do projeto. Desenvolvido pela autora.

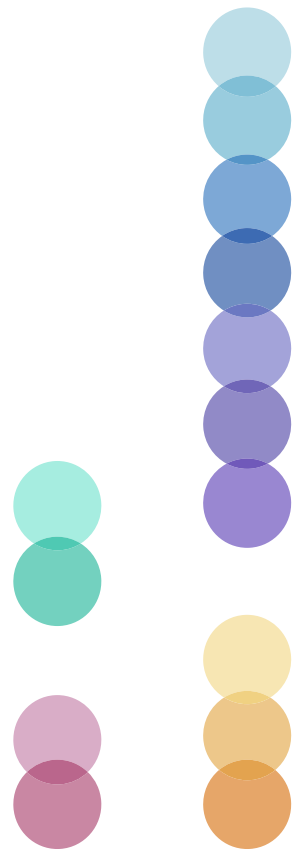
Figuras 77 a 80: Estudos de logotipo. Desenvolvido pela autora.

Figura 81: Logotipo final. Desenvolvido pela autora.

Figura 82: Diagrama da visualização de dados de cada personagem. Desenvolvido pela autora.

Figuras 83 a 102: Visualizações de cada personagem. Desenvolvido pela autora.

Figuras 103 a 112: Alguns dos modelos de telas finais para web. Desenvolvido pela autora.



PAPEL DA MU- LHER

